



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

FOMENTAR EL DESARROLLO ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA
A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TEJIDOS DIRECTAMENTE
PARA EL HOGAR ELABORADOS EN EL MATERIAL HILO (PERLE) EL
SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Proyecto de investigación previo obtención del título Tecnólogo en Administración de
Recursos Humanos

AUTOR: Cuasquer Cotacachi Betty Maribel

TUTOR: Ing. Franklin Cevallos

QUITO, OCTUBRE DEL 2013

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Betty Maribel Cuasquer Cotacachi

040168082-2

CESIÓN DE DERECHO

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante *Cuasquer Cotacachi Betty Maribel*, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "**CEDENTE**"; y, por otra parte, el **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "**CESIONARIO**". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración de Empresas que imparte el Instituto Tecnológico Superior Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración de empresas, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "**FOMENTAR EL DESARROLLO ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA HA LA ELABORACIÓN y COMERCIALIZACIÓN DE TEJIDOS DIRECTAMENTE PARA EL HOGAR ELABORADOS EN EL MATERIAL HILO (PERLE) EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**", el cual incluye la creación y desarrollo de un plan de negocios completo, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del Plan de negocios elaborado, descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del Plan de negocios que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del plan de negocios a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un

Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

C.I.: 172359487-3

Betty Maribel Cuasquer Cotacachi
CEDENTE

Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerle a Dios por bendecirme y guiarme a llegar a cumplir mis objetivos en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi PADRE Paco Cuasquer, mi MADRE Esterlina Cotacachi, no menos importante a mis tíos Luzmila Cotacachi y su esposo Oswaldo Pilatuña: a mis hermanos por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevando hasta donde estoy ahora. Por ultimo al Instituto Tecnológico Superior Cordillera y distinguidos maestros que me han impartido de todos sus conocimientos y a mi director de tesis Ing. Franklin Cevallos que me ayudo en todo momento.

Gracias

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A Dios por que ha estado con migo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me ha presentado sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ello que soy lo que soy ahora. Los amo con la vida.

Betty Maribel Cuasquer Cotacachi



ÍNDICE GENERAL

CAPITULO I	1
1.01 INTRODUCCIÓN	1
1.02 ANTECEDENTES	3
Capítulo II	5
2.01 AMBIENTE EXTERNO	5
2.01.01 FACTOR ECONÓMICO.....	5
2.01.01.01 Inflación Quito.....	5
2.01.01.02 Tasa de Interés	6
2.01.01.....	6
2.01.01.03 Riesgo País.....	8
2.01.01.04 Producto Interno Bruto.....	9
2.01.01.05 Balanza Comercial	10
2.01.01.06 Desempleo	10
2.01.01.07 Importación de Productos.....	11
2.01.02 FACTOR SOCIAL	12
1.2.1	12
2.01.02.01 Población económicamente Activa.....	12
2.01.02.02 Educación Quito	13
2.01.03 FACTOR LEGAL.....	13
2.01.03.01 Cámara de la pequeña Industria	13
2.01.03.02 Patente Municipal	14
2.01.03.03 Súper Intendencia de Compañías	15
2.01.03.04 RUC.....	15
2.01.03.05 Ley de los Artesanos.....	15
2.01.04 FACTOR TECNOLÓGICO	16
2.01.04.01 Internet	16
2.01.04.02 Maquinaria	17
2.02 ENTORNO LOCAL.....	17
2.02.01 Clientes.....	17
Venta al público.....	17
Consumidor final	17



2.02.02 Proveedores	18
2.02.03 Competidores	19
2.03 ANALISIS INTERNO	20
2.03.01 PROPUESTA ESTRATEGICA	20
2.03.01.01 MISION	20
2.03.01.02 VISION	20
2.03.01.03 OBJETIVOS	20
2.03.01.03.01 OBJETIVO GENERAL.....	20
2.03.01.03.02 OBJETIVO ESPECIFICOS.....	21
2.03.01.04 PRINCIPIOS O VALORES	21
2.04 GESTION ADMINISTRATIVA.....	23
2.04.01 Manual de funciones de Administración.....	24
2.04.02 Manual de Funciones de producción	25
2.04.03 Manual de funciones de operarios.....	26
2.04.04 Manual de funciones de ventas.....	27
2.04.05 Investigar	28
2.04.06 Planificar.-	29
2.04.07 Organizar	30
2.04.08 Dirigir	30
2.04.09 Controlar	31
2.04.10 Evaluar.-.....	32
2.05 GESTION OPERATIVA.....	33
2.06 GESTION COMERCIAL.....	34
2.06.01 Producto.....	34
2.06.02 Precio.....	34
2.06.03 Plaza	35
2.06.04 Promoción	36
2.06.05 Publicidad.....	37
2.06.05.01 Significado de colores.....	38
2.07 FODA.....	40
3 CAPITULO III.....	42
3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	42
3.01.01 Determinación de la población y muestra	42



3.01.01.01 Población.....	42
3.01.01.01.01 El turismo en Quito	42
3.01.01.02 Muestra	43
3.01.02 Técnicas de Obtención de la Información	46
3.01.02.01 Técnicas.....	46
3.01.03 Modelo de la encuesta.....	47
3.02 OFERTA.....	62
3.02.01 Oferta actual.....	62
3.03 DEMANDA	65
3.03.01 Demanda actual	65
4 CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO.....	66
4.01 Tamaño del proyecto	66
4.01.01 Capacidad instalada.....	66
4.01.02 Capacidad optima.....	68
4.02 Localización	69
4.02.01 Macro	70
4.02.02 micro-localización.....	71
4.02.03 Localización optima.....	72
4.03 INGENIERIA DEL PROYECTO	73
4.03.01 Definición de B y S.....	73
4.03.02 Distribución de planta	74
4.03.03 Proceso productivo	80
4.03.04 Maquinaria	82
5 CAPITULO V ESTUDIO FINANCIERO.....	84
5.01 Ingresos Operacionales y No Operacionales.....	84
5.02 COSTOS.....	85
5.02.01 COSTOS DIRECTOS.....	85
5.02.03 GASTOS ADMINISTRATIVOS	86
5.02.04 COSTOS DE VENTAS.....	87
5.02.05 COSTOS FINANCIEROS.....	88
5.02.06 COSTOS FIJOS Y VARIABLES.....	89
5.03 INVERSIONES.....	89
5.03 .01 INVERSIONES FIJAS.....	90



5.03.02	ACTIVOS FIJOS	90
5.03.03	CAPITAL DE TRABAJO	90
5.03.04	FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y USOS DE FONDOS	91
5.03.05	AMORTIZACIONES DE FINANCIAMIENTO.....	93
5.03.06	DEPRECIACIONES.....	95
5.03.07	ESTADO DE SITUACION INICIAL	96
5.03.08	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS (A 5 AÑOS)	97
5.03.09	FLUJO NETO DE CAJA.....	98
5.04	EVALUACION	99
5.04.01	TASA DE DESCUENTO	99
5.04.02	VAN Y TIR.....	100
5.04.03	PRI	101
5.04.03	R.B.C	101
5.04.04	PUNTO DE EQUILIBRIO	103
5.05	INDICADORES	104
5.05.01	ROE (Rentabilidad sobre Patrimonio)	104
5.05.02	R.E (Razón de Endeudamiento).-.....	105
5.05.03	Margen Neto	105
5.05.04	Rendimiento de la inversión.-	106
5.05.05	Apalancamiento Financiero.....	106
5.05.06	Cobertura	106
6	CAPITULO VI ANALISIS DE IMPACTOS	108
6.01	IMPACTO AMBIENTAL	108
6.02	IMPACTO ECONÓMICO	108
6.03	IMPACTO PRODUCTIVO.....	109
6.04	IMPACTO SOCIAL.....	109
7	CAPITULO VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	110
7.01	CONCLUSIONES.....	110
7.02	RECOMENDACIONES	111



1 ANEXOS	113
1.01 CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO	115
1.02 MINUTA	117
1.03 PATENTE	119
1.04 PERMISO DE BOMBEROS.....	120
1.05 PERMISO DE SALUD.....	121
1.06 cotizaciones	122
1.07 cotización	123
1.07 cotizaciones	124
.08 Ruc.....	125
1.09 Respaldos contables.....	127



INDICE DE TABLAS

TABLA 1	6
TABLA 2	7
TABLA 3	8
TABLA 4	10
TABLA 5	17
TABLA 6	18
TABLA 7	19
TABLA 8	24
TABLA 9	25
TABLA 10	26
TABLA 11	27
TABLA 12	28
TABLA 13	29
TABLA 14	30
TABLA 15	30
TABLA 16	31
TABLA 17	32
TABLA 18	34
TABLA 19	34
TABLA 20	36
TABLA 21	37
TABLA 22	38
TABLA 23	40
Tabla 24	45
TABLA 25	45
TABLA 26	49
TABLA 27	50
TABLA 28	51
TABLA 29	52
TABLA 30	53
TABLA 31	54
TABLA 32	56
TABLA 33	57
TABLA 34	58
TABLA 35	59
TABLA 36	60
TABLA 37	61
TABLA 38	62
TABLA 39	63
TABLA 40	65
TABLA 41	65
TABLA 42	66
TABLA 43	67



TABLA 44	67
TABLA 45	68
Tabla 46	70
Tabla 47	77
Tabla 48	77
Tabla 49	80
Tabla 50	82
Tabla 51	82
Tabla 52	84
Tabla 53	85
Tabla 54	86
Tabla 55	87
Tabla 56	88
Tabla 57	88
Tabla 58	89
Tabla 59	90
Tabla 60	90
Tabla 61	90
Tabla 62	91
Tabla 63	92
Tabla 64	93
Tabla 65	95
Tabla 66	96
Tabla 67	97
Tabla 68	98
Tabla 69	99
Tabla 70	100
Tabla 71	101
Tabla 72	102
Tabla 73	103



INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.....	5
FIGURA 2.....	7
FIGURA 3.....	8
FIGURA 4.....	9
FIGURA 5.....	10
FIGURA 6.....	11
FIGURA 7.....	11
FIGURA 8.....	12
FIGURA 9.....	13
FIGURA 10.....	23
FIGURA 11.....	35
FIGURA 12.....	43
FIGURA 13.....	44
FIGURA 14.....	51
FIGURA 15.....	52
FIGURA 16.....	53
FIGURA 17.....	55
FIGURA 18.....	56
FIGURA 19.....	57
FIGURA 20.....	58
FIGURA 21.....	59
FIGURA 22.....	60
FIGURA 23.....	61
FIGURA 24.....	63
FIGURA 25.....	64
FIGURA 26.....	70
FIGURA 27.....	71
FIGURA 28.....	71
FIGURA 29.....	72
FIGURA 30.....	93
FIGURA 31.....	104

Resumen ejecutivo

El presente proyecto es un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tejidos directamente para el hogar elaborados en hilo perle Al norte del Distrito Metropolitano de Quito, siendo así del conocimiento de todos el hilo vino evolucionando desde la época de nuestros aborígenes, buscando ser procesada para tener el producto en diferentes presentaciones.

La situación económica actual del país no son tan favorables debido al poco rendimiento económico del gobierno, sin embargo el sector manufacturero ha ido creciendo cada vez la cual se va incrementando más plazas de trabajo en el entorno y esto nos ayuda a bajar los índices de desempleo, siendo uno de los objetivos planteados en este proyecto.

La tecnología es de gran importancia para el proyecto ya que para las empresas el estar atento a las nuevas incorporaciones tecnológicas ya que nos ayuda hacer más competitivos en el mercado nacional y buscar incrementar las importaciones del mercado.

Siendo un lugar muy visitado por las personas extranjeras por descubrir más productos que hay dentro de la capital del Ecuador ayuda que se incremente las ventas y se fortalecen la demanda de los productos del sector.

La buena presencia de un local comercial lo hace más atractivo y las personas lo visitan ya por ser nuevo por el sector o tal vez por comprar los productos expuestos.

El factor económico influye dentro del proyecto debido por la competencia existentes por el sector lo cual hace que cada vez los negocios estén en constante innovación de productos y diseños para no ser atacados.

No se puede hablar de contaminación en excesiva debido a que los productos presentados serán elaborados manualmente, pero se llevará una idea clara de cuidar el ambiente.

ABSTRACT

This project is a feasibility study for the creation of a small business dedicated to the development and marketing of home textiles directly Stranded Cotton produced in the north of the Metropolitan District of Quito, being well known to all the thread came evolving from the time of our aborigines, seeking to be processed to have the product in different forms.

The current economic situation is not so favorable due to poor economic performance of the government, however the manufacturing sector has been growing which is increasing more jobs in the environment and this helps to lower unemployment, one of the objectives of this project.

The technology is of great importance to the project because for companies to be aware of the new technological additions as it helps us become more competitive in the domestic market and seek to increase market imports.

Being a place visited by foreigners to discover more products that are in the capital of Ecuador helps to increase sales and strengthen demand for industry products.

Good presence of a commercial makes it more attractive and people will visit and be back by the sector or perhaps buy the products on display.

The economic factor influences within the project because the existing competition in the sector which makes growing businesses are in constant innovation of products and designs to avoid is attacked. We cannot talk of pollution in because the products featured will be processed manually, but carry a clear idea of caring for the environment.



1.01 INTRODUCCIÓN

El fundamento de este proyecto de factibilidad de “producción y comercialización de adornos para el hogar tejidos en hilo Perle” es con el propósito de implementar una nueva microempresa sobre tejidos industriales con el fin de crear una fuente de empleo para las personas. Es trascendental considerar que las empresas de producción en su mayoría se dedican a producir prendas de vestir sin considerar que las personas también buscan en el mercado algo distinto para la decoración de sus hogares.

Para poder implementar la microempresa se toma énfasis en los pocos locales que adquieren o cuentan con este tipo de productos.

La implementación de la microempresa es con el fin de infundir en las personas la cultura de los productos tejidos que poco a poco se ha ido perdiendo ya sea porque existe productos que pueden sustituirlos la mayoría de las personas al momento de elegir un adorno para su hogar o sitio de trabajo prefieren comprar un adorno de plástico que tal vez puede llegar a sus expectativas pero no al 100%.

La creación de esta microempresa ayudara mucho sobre la sociedad porque se creara un ambiente más de cultura y tradición apoyando las campañas consume siempre lo nuestro ya que de esta manera habrá el consumo masivo de nuestros productos.

En la actualidad en el Ecuador la poca existencia de productos tejidos hace que los comerciantes carezcan de productos, las personas al momento de elegir un producto

tejido los prefieren a los de otros países ya sea por la comodidad de los precios o tal vez porque se pueden confundir en la calidad del producto.

El Ecuador por sus atractivos turísticos tiene el 36,46% de visitantes extranjeros mensualmente y ellos si compran lo que es productos tejidos pero lo que buscan es más diseños que se pueden identificar con ellos.

La producción de productos tejidos no es muy alta porque no se tiene una maquinara adecuada para ello lo cual hace que la producción sea más baja y no alcance para satisfacer las necesidades y la demanda de los clientes

La industria ha ido creciendo cada vez lo cual hace que el trabajo sea más acelerado y los costos sean más bajos por la producción en mayor. Se busca estudiar varios factores, que inciden directamente en el nivel de competitividad e identificar sus puntos débiles, para así poder recomendar mejoras que los lleven a un nivel más alto en el ámbito internacional.

1.02 ANTECEDENTES

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos.

Posteriormente las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra hay productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas.

No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar también genera varias plazas de empleo directo en el país.

Los textiles que más acogida tienen, sin embargo, tanto por turistas nacionales como extranjeros, son aquellos elaborados con la técnica de los colores empleados pueden ser naturales o artificiales. Por regla general, las empresas textiles ecuatorianas concentraron la mayor parte de sus ventas en el mercado local, aunque siempre ha existido vocación exportadora.

Consientes que el desarrollo del sector está directamente relacionado con las exportaciones, los industriales textiles han invertido en la adquisición de nueva maquinaria que les permita ser más competitivos frente a una economía globalizada.

Las labores que más referiré en este post es el tejido con agujas, conocido como tejido de malla otra variedad es el gancho o crochet. En cualquiera de los dos casos, el origen del tejido se remonta al anudado de redes en los pueblos antiguos con el paso del tiempo el proceso se fue tecnificando.

Al tejer se contempla la vida, la pacífica, la hace alegre y ritual y a la vez, entraña explicaciones como soluciones alternas de la existencia y de los misterios y mitos inexplicables que presenta. Según las culturas, los cultos a las deidades, explican la presencia del tejido como principio de vida.

2.01 AMBIENTE EXTERNO

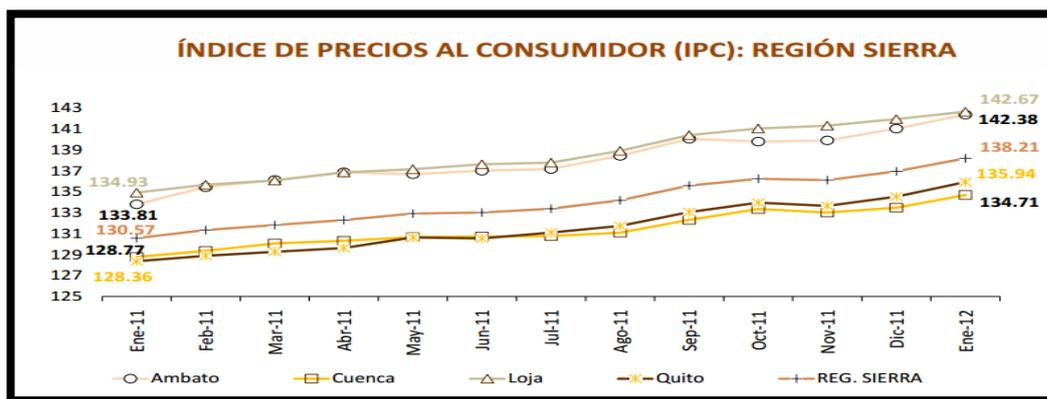
El término ambiente externo se refiere a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que pueden influir en el desempeño del presente proyecto (COULTER, 2010)

2.01.01 FACTOR ECONÓMICO

2.01.01.01 Inflación Quito

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares (Ecuador, 1995)

FIGURA 1



Inflación anual sector Quito

Elaborado por: Banco Central del Ecuador
Fuente: INEC

Análisis.- para el proyecto es una **OPORTUNIDAD** ya como se puede apreciar que ha bajado en un 0.78% según información del Banco Central del Ecuador, se puede decir que en el año 2011 se tuvo una baja del petróleo lo cual produjo un aumento en los precios como bienes y servicios hubo una normalización de precios. En el 2012 hubo una normalización de precios lo cual eso hizo que se redujo el índice de la inflación. Las políticas de los últimos regímenes de los últimos años han contribuido para que los índices de inflación no se disparen y se mantengan.

2.01.01.02 Tasa de Interés

Pasiva.- Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen. (ORG, 2009)

TABLA 1

Tasa Pasiva

Desde	Hasta	De 31 a 60 días	De 61 a 90 días	De 91 a 120 días	De 121 a 180 días	De 181 a 360 días	Mas de 361
10	3.000	3,25%	3,25%	3,25%	3,50%	3,75%	4,00%
3.001	5.000	4,00%	4,75%	5,25%	6,00%	6,25%	7,25%
5.001	20.000	4,24%	5,00%	5,75%	6,50%	7,00%	7,50%
20.001	50.000	4,50%	5,25%	6,25%	6,75%	7,25%	8,00%
50.001	100.000	4,75%	5,50%	6,50%	7,00%	7,50%	8,25%
100.001	En adelant	5,00%	5,75%	6,75%	7,25%	8,00%	9,00%

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Cooperativa Coodesarrollo

Análisis.- para el proyecto es una **OPORTUNIDAD** ya como se puede apreciar que en los porcentajes presentados por las estadísticas de la institución, el

pago por el dinero que se obtenga en la institución gana su porcentaje según el tiempo que se tenga el monto dentro de la misma .

Activa.- Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. (ORG, 2009)

TABLA 2

Tasa Pasiva

	2011	2012	2013
microcrédito	17%	14%	16,25%
consumo	17%	14,25%	10%
vivienda	11%	15%	14,50%

Elaborado por: Betty Cuasquer
Fuente: Cooperativa Coodesarrollo

FIGURA 2



Elaborado por: Betty Cuasquer
Fuente: Cooperativa Coodesarrollo

Análisis.- para el proyecto es una **OPORTUNIDAD** ya como se puede apreciar que en todos los años se mantiene el porcentaje determinado por las estadísticas de la institución, y por ser una emprendimiento se debe plasmar un crédito a más de un año por su baja producción.

2.01.01.03 Riesgo País

factor económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JP Morgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. (BANCO, 1995)

TABLA 3

Riesgo País

FECHA	VALOR
Junio-17-2013	636.00
Junio-16-2013	636.00
Junio-15-2013	636.00
Junio-14-2013	636.00
Junio-13-2013	631.00
Junio-12-2013	651.00
Junio-11-2013	654.00
Junio-10-2013	623.00
Junio-09-2013	625.00
Junio-06-2013	628.00
Junio-05-2013	628.00
Junio-04-2013	628.00
Junio-03-2013	628.00

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Fuente: Banco Central del Ecuador

FIGURA 3



Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis.- para el proyecto es una **OPORTUNIDAD** ya como se puede apreciar que en los dos últimos años ha bajado, lo cual es más factible que negocios extranjeros quieran invertir en proyectos innovadores ya sea porque el país va mejorando cada vez más su economía.

2.01.01.04 Producto Interno Bruto

Es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio.

FIGURA 4

Producto Interno Bruto

Producto Interno Bruto - PIB	2012		2013		
	Var. %	Mili US\$	Var. %	Mili US\$	
Producto Interno Bruto - PIB	4,8	73.232	3,98	78.216	
A. Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	4,0	4.484	3,7	4.787	↑
B. Explotación de minas y canteras	1,4	12.140	4,1	11.602	↓
C. Industrias manufactureras (Excl. refinación de Petróleo)	6,8	6.769	3,7	7.345	↓
D. Suministro de electricidad y agua	7,0	582	3,9	625	↓
E. Construcción y obras públicas	5,8	8.412	5,6	9.398	↑
F. Comercio al por mayor y al por menor	5,5	8.454	3,6	9.133	↓
G. Transporte y almacenamiento	5,3	4.433	5,0	5.019	↓
H. Servicios de Intermediación financiera	5,4	2.010	5,4	2.203	
I. Otros servicios	6,5	20.242	4,1	22.067	↓
J. Servicios gubernamentales	5,3	3.672	4,0	3.953	↓
K. Servicio doméstico	0,0	78	1,0	84	↑
Serv. de Intermediación Financ. medidos indirect.	-3,5	-2.075	-3,7	-2.307	↓
Otros elementos del PIB	0,8	4.029	1,6	4.305	↑

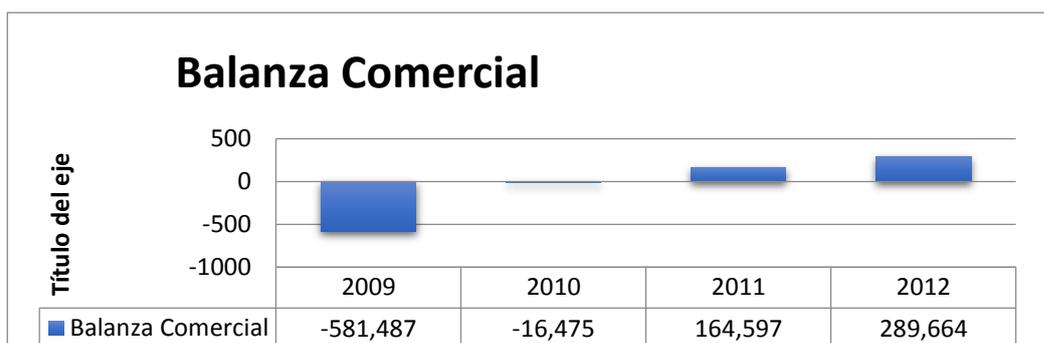
Elaborado por: editorial el HOY
Fuente: Cámara Industria de la Producción

Análisis.- el PIB para el proyecto es una **OPORTUNIDAD** por su crecimiento del 3.1% entre el año 2012 y 2013 según la información de la cámara de industria del Ecuador en el **sector C de Industria manufacturera** por que el gobierno ayuda a las personas que fomenten sus propios emprendimientos lo cual hace que la proyección del PIB para el año 2013 tenga un aumento en este sector. Valga recalcar que en la administración pública y la defensa los planes de afiliación del seguro social también sube sus porcentajes Se sustenta en el crecimiento del sector público; el petróleo ya no aporta mucho como los demás sectores.

2.01.01.05 Balanza Comercial

Concepto.- La balanza comercial es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. (Ecuador, 1995)

FIGURA 5



Elaborado por: Betty Cuasquer
Fuente: INEC

Análisis.- para el proyecto es una **OPORTUNIDAD** como se puede mirar que se ha incrementado en un 12.51% ya que las importaciones han subido lo cual se busca mantener en un nivel moderado.

2.01.01.06 Desempleo

Parte de la fuerza de Trabajo que estando en condiciones de trabajar no se encuentra ocupada en actividades productoras de Bienes o servicios. (BANCO, 1995).

Desempleo

TABLA 4

FECHA	VALOR
Marzo-31-2013	4.64 %
Diciembre-31-2012	5.00 %
Septiembre-30-2012	4.60 %
Junio-30-2012	5.19 %
Marzo-31-2012	4.88 %
Diciembre-31-2011	5.07 %
Septiembre-30-2011	5.52 %

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Fuente: Banco Central del Ecuador

FIGURA 6

Desempleo



Elaborado por: Banco Central del Ecuador
Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis.- para el proyecto es una **OPORTUNIDAD** como se pudo observar en dicha información que está bajando en un 1.12%. Es un factor fundamental para que reduzca el desempleo y aumenten la ocupación plena según son los elementos de inclusión social como el bono de desarrollo humano, créditos además el sector privado busca implementación de nuevas microempresas.

2.01.01.07 Importación de Productos

La importación es el acto de introducir un conjunto de bienes y servicios adquiridos en el extranjero o introducidos a un país, dirigidos al consumo o a la reelaboración. (Ecuador, 1995)

FIGURA 7

Importación de Productos



Elaborado por: Indexmundi
Fuente: INEC

Análisis.- para el proyecto es una **OPORTUNIDAD** ya que tiene una tendencia alta de 5.58% en los últimos años se mantiene su aumento pese a la ley restricción como aranceles y licencias de importación del país puesto hace 2 años.

2.01.02 FACTOR SOCIAL

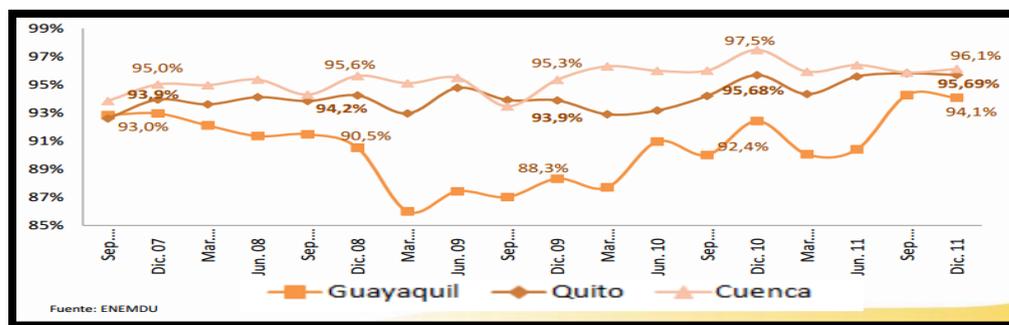
Se refiere a las actividades, deseos expectativas grados de inteligencia y educación de las personas de una determinada sociedad. (Santos Flores, 2010)

2.01.02.01 Población económicamente Activa

La integran las personas que tienen una ocupación o que sin tenerla están buscando activamente. Está compuesta por la población ocupada más la población desocupada. (Ecuador, 1995).

FIGURA 8

Población Económicamente Activa



Elaborado por: Banco Central del Ecuador

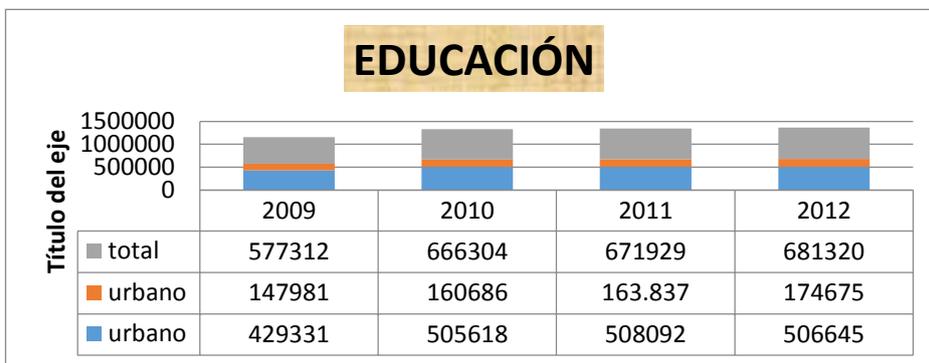
Fuente: INEC

ANALISIS.- para el proyecto es una **OPORTUNIDAD** ya que tiene una tendencia a la alta lo que quiere decir que aumentado la tasa ocupacional en Quito, lo cual es más factible para el proyecto porque habrá más demanda.

2.01.02.02 Educación Quito

La educación puede definirse como el proceso de socialización de los individuos al educarse una persona asimila y aprende conocimientos la educación también implica una concienciación cultural y conductual, donde las nuevas generaciones adquieren los modos de ser de generaciones anteriores. (FROMM, 2012)

FIGURA 9



Elaborado por: Betty Cuasquer
Fuente: Ministerio de Educación

ANÁLISIS.- para el proyecto es una **OPORTUNIDAD** ya que tiene una tendencia a que cada año sube un cierto porcentaje, esto ayuda a que los jóvenes y niños recuperen el conocimiento de las culturas del Ecuador, se busca en ella que tengan la mentalidad de Consume lo nuestro ya que es una campaña muy conocida en la localidad.

2.01.03 FACTOR LEGAL

2.01.03.01 Cámara de la pequeña Industria

Es una organización gremial con personería jurídica y autonomía que representa alas pequeñas y medianas industrias de la provincia

Análisis.- para el proyecto es una **OPORTUNIDAD** porque nos ayuda a fortalecer las capacidades productivas y tratando de llegar con su objetivo que es llegar a la vinculación de la actividad de apoyo de la producción en las pequeñas y medias microempresas.

2.01.03.02 Patente Municipal

La Patente es una habilitación o “permiso” que otorga la Municipalidad para desarrollar una actividad empresarial. Esta autorización tiene un costo que tiene la forma de un impuesto a favor del municipio. La información siguiente está orientada a las Pymes. (CidMartin, 2012)

Pasos para poder obtener la patente

En el formulario deberá registrar la siguiente información:

- Nombre del contribuyente
- Domicilio
- Responsable
- Nombre del contador
- Actividad económica
- Número de cédula
- Teléfono
- RUC

Análisis.- para el proyecto es una **AMENAZA** porque por ser un proyecto que está recién incorporándose en el mercado local el cumplimiento de muchos

requisitos lleva un tiempo y un gasto lo cual para la empresa es desfavorable por que empieza desde cero.

2.01.03.03 Súper Intendencia de Compañías

Somos una institución que controla, vigila y promueve el mercado de valores y el sector societario mediante sistemas de regulación y servicios, contribuyendo al desarrollo confiable y transparente de la actividad empresarial en el país. (Compañías, 2007)

Análisis.- para el proyecto es una **OPORTUNIDAD** por ayuda a controlar a todas las instituciones sobre sus niveles de producción legalmente y adema ofrece gran beneficio sobre la bolsa de valores en caso de querer pertenecer.

2.01.03.04 RUC

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos (Internas, 1998)

Análisis.- para el proyecto es una **AMENAZA** YA que ayuda a controlar a todas las entidades comerciales sobre las leyes tributarios del país pero sin embargo para el proyecto es una desventaja por ser una microempresa inicial y no cuenta con los financiamientos financieros.

2.01.03.05 Ley de los Artesanos

Concepto.- La Calificación Artesanal es la certificación que concede la Junta Nacional de Defensa del Artesano a los Maestros de Taller o Artesanos Autónomos. Los

Maestros de Taller deben solicitar periódicamente a la Junta Nacional de Defensa del Artesano la recalificación artesanal, ya que la no renovación de ésta tiene como consecuencia que los Artesanos se desamparen de la Ley de Defensa del Artesano y por tanto del goce de los beneficios que ésta les concede.

LEY DE FOMENTO ARTESANAL

* Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto de trescientos sesenta salarios mínimos vitales generales.

Análisis.- para el proyecto es una **OPORTUNIDAD** porque ayuda a tener el conocimiento del control que debemos tener en documentos de afiliaciones y las leyes que los ampara a los trabajadores como artesanos, saber hasta que limite pueden hacer la producción y hacer el cumplimiento de la ley.

2.01.04 FACTOR TECNOLÓGICO

2.01.04.01 Internet

En la actualidad el término Internet ha pasado a formar parte de nuestro lenguaje común. De hecho, todo el mundo comprende el significado de cualquier frase en la que se mencione a lo largo de una conversación. (ORG, 2009)

Análisis.- Para el proyecto es una **OPORTUNIDAD** porque con los avances de la tecnología debemos estar informados de cada avance, lo cual para el proyecto

ayuda de una manera favorable porque podemos buscar nuevos diseños, y para saber el crecimiento del mercado nacional e internacional.

2.01.04.02 Maquinaria

Las máquinas son dispositivos que transfieren la energía de una parte a otra del sistema mediante la realización de un trabajo que sería difícil llevar a cabo de otra forma. (COULTER, 2010)

Análisis.- para el proyecto es una **OPORTUNIDAD** porque para la producción de los productos planteados se necesita mitad de mano de obra y la mitad de maquinaria para tener excelente producción, la cual la maquinaria debe ser de las últimas del mercado.

2.02 ENTORNO LOCAL

2.02.01 Clientes

Un cliente es aquella persona que recibe cierto servicio o bien, a cambio de alguna compensación monetaria o cualquier otro objeto de valor. (ORG, 2009)

TABLA 5

Clientes

--	--

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- para el proyecto es una **FORTALEZA** porque los clientes están al entorno local lo cual hace que proyecto sea factible porque se busca mercado local y nacional.

2.02.02 Proveedores

Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad .El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin. Son proveedores aquellos que proveen o abastecen, o sea que entregan bienes o servicios a otros.

TABLA 6
Proveedores

Nombre	Descripción	Teléfono
Comercial Gladys	Importación y distribución de hilos del color y cantidad que elige	2621988
Los oliveros	Empresa dedicada a la venta de artículos de croshets e hilos	
The new hero	Venta de maquinaria de costura y tejido ubicado en Carcelén	5106475
XS1003	Venta de plumón o rellenos de prendas tejidas	0983029835
Netlife	Proveedor de internet	1700 netlife

Emel norte	Luz eléctrica	
Almacenes idekort	Mesas, sillas	2823- 710

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- para el proyecto es una **DEBILIDAD** porque los proveedores no está en el sector local lo cual para proveer de nuestros materia prima para la elaboración de los productos, se tiene que hacer un proceso para la adquisición.

2.02.03 Competidores

Los definimos quienes satisfacen el deseo del consumidor en lugar de nuestra oferta.

TABLA 7

Competidores

Nombre	Detalle	teléfono
Centro artesanal Rumipamba	Centro productor y comercial de tejidos	02 254-8235
Centro Comercial Artesanal Quitus	Productos y comercial de artesanías	512-1184
Mercado Artesanal de La Mariscal	Centro artesanal de artesanías	228 1904 – 228 3480

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- para el proyecto es una **DEBILIDAD** porque los competidores son muchos y con gran potencial de producción y de comercialización en el mercado local y nacional.

2.03 ANALISIS INTERNO

2.03.01 PROPUESTA ESTRATEGICA

2.03.01.01 MISION

La microempresa de tejidos de adornos dedicada para el hogar que está comprometida a producir y comercializar responsable y eficientemente señalando en la calidad de nuestros productos buscando fomentar nuevas fuentes de empleo, ofreciendo siempre un servicio de excelencia con ética y respeto hacia nuestros socios y clientes.

2.03.01.02 VISION

Consolidarnos como una microempresa eje de progreso en el tiempo de 5 años fomentando el trabajo en equipo y apoyo de las personas desempleadas. Donde a través de esta la artesanía y el arte popular sean apreciados y valorados en lo local y nacional, mostrando la sorprendente e inagotable creatividad, ingenio, estética, habilidad manual y espíritu reflejado en nuestros diseños. Siendo honestos, ofreciendo siempre un servicio de excelencia con humildad y tolerancia hacia nuestros clientes.

Análisis.- para el proyecto es una **FORTALEZA** porque la misión y visión son muchas características que están a corto plazo pero muy sencillo de cumplirlos por ser una microempresa nueva.

2.03.01.03 OBJETIVOS

2.03.01.03.01 OBJETIVO GENERAL

Aportar al desarrollo artesanal tanto en lo económico y social con plazas de trabajo en el centro predeterminado en la propuesta, logrando tener buen acogimiento de

los productos en el mercado local i nacional, buscando una producción con las normas de calidad establecidas.

2.03.01.03.02 OBJETIVO ESPECIFICOS

- Analizar las condiciones actuales sobre locales que producen y comercializan objetos tejidos artesanalmente en el Sector 1 Norte de la ciudad, para determinar el espacios de trabajo.
- Investigar cuales son los factores para que las personas artesanales y que permanezcan sin empleo en el sector norte de la ciudad.
- Realizar un estudio socio económico y socio cultural para que nos permita identificar la situación actual para la implementación de una microempresa de adornos tejidos en hilo perle que utilizara la mano de obra de las personas artesanales.
- Sugerir un plan de propuestas para la implementación de una microempresa de adornos tejidos en hilo perle en el sector norte de la ciudad.

Análisis.- para el proyecto es una **FORTALEZA** porque los objetivos son con a corto plazo la cual está orientada con el cumplimiento del apoyo del crecimiento de la humanidad.

2.03.01.04 PRINCIPIOS O VALORES

Compromiso: Dar nuestra palabra de que los bienes y servicios que ofrecemos serán de calidad, ya que dar a conocer la artesanía poblana es nuestra razón de ser.

Responsabilidad: comprometer a brindar el mejor servicio a sus socios, clientes,

proveedores, teniendo como prioridad llevar a cabo las cosas correctamente en el tiempo indicado.

Ética: El respeto total a nuestros valores es la base de nuestra empresa.

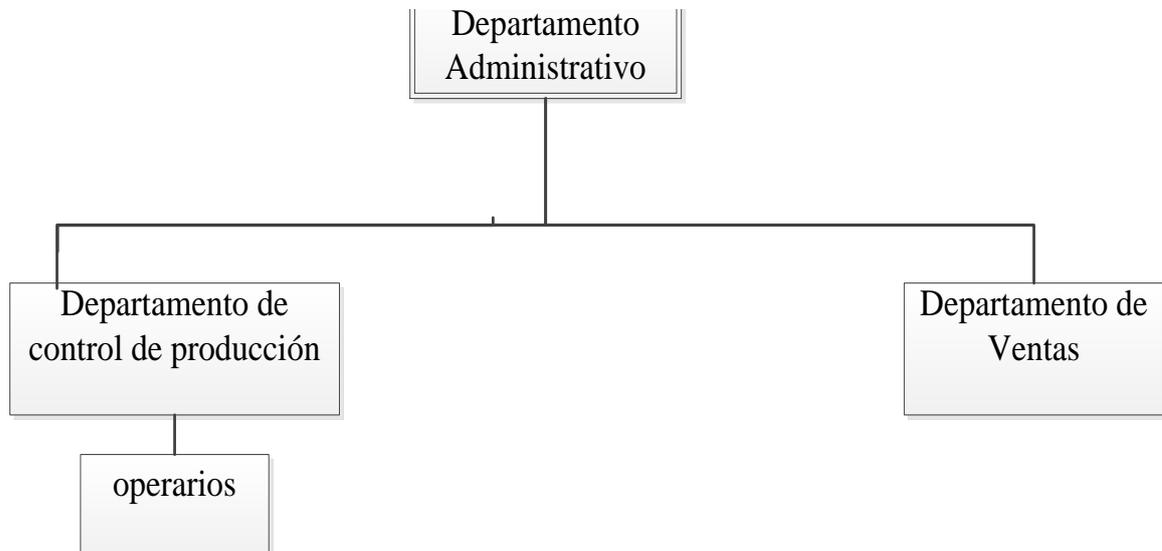
Respeto: tratar con seriedad y amabilidad a todos lo que hacen posible uno de nuestros fundamentos.

Trabajo en equipo: Fomentamos en cada uno de nuestros socios y proveedores el trabajo en equipo, para que así se garantice el perfecto servicio y la mejor calidad de nuestros productos a nuestros clientes.

Honestidad: Siendo transparentes en todo lo que hacemos (distribución, compra, venta, trato con los artesanos, socios y clientes) Dentro y fuera de nuestra empresa diciendo ante todo siempre la verdad.

2.04 GESTION ADMINISTRATIVA

FIGURA 10



Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer



2.04.01 Manual de funciones de Administración

TABLA 8

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Jefe de administración
Jefe inmediato	Gerente
Número de personas al cargo	1
Funciones	
Desarrollar acciones preventivas que permitan garantizar el cumplimiento de los deberes y obligaciones de los empleados Ejercer vigilancia disciplinaria de la conducta oficial de los servidores de la administración central departamental.	
Requisitos de Educación:	Profesional en el ámbito de control y buen manejo de empresas
Requisitos de Experiencia	1 a 2 años de control empresarial
Otros requisitos:	
Firmas	

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer



2.04.02 Manual de Funciones de producción

TABLA 9

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Jefe de producción
Jefe inmediato	Gerente
Número de personas al cargo	1
Funciones	
Recibir los pedidos de los productos.	
Supervisar la calidad de los productos elaborados	
Reportar diariamente el total de consumo de materia	
Contratar vehículos para la entrega de productos.	
Requisitos de Educación:	Título de administrados Experiencia en mercado alimenticio
Requisitos de Experiencia	1 a 2 años de control de producción
Otros requisitos:	Fuentes de habilidades y liderazgo
Firmas	

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer



2.04.03 Manual de funciones de operarios

TABLA 10

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Operarios
Jefe inmediato	Jefe de producción
Número de personas al cargo	1
Funciones	
Recibir, controlar, verificar y almacenar materias prima según conformidad. Elaborar, presentar y supervisar las preparaciones culinarias. Transformación y formación del producto con sus respectivas características y valor agregado. Cumplir con el horario asignado Informar al gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente.	
Requisitos de Educación:	Título de Bachiller Cursos de elaboración de tejidos
Requisitos de Experiencia	1 a 2 años de productor
Otros requisitos:	Carnet de excelencia de elaboración de productos. Capacidad de trabajo en equipo.
Firmas	

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer



2.04.04 Manual de funciones de ventas**TABLA 11**

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Jefe de Mercado y Ventas
Jefe inmediato	Gerente
Número de personas al cargo	1
Funciones	
Dirigir y representar legalmente a la empresa. Coordinación de las actividades destinadas a la promoción, venta, mercadeo de la empresa y servicio al cliente. Prepara informes de cierre de negocios captados al finalizar cada semana para ser presentados a la gerencia. Evaluar de manera constante los costos de lo producido y ofertado al medio, apoyándose en análisis de sensibilidad.	
Requisitos de Educación:	Profesional en el mercado y ventas Cursos de manipulaciones de mercado
Requisitos de Experiencia	1 a 2 años de vendedor
Otros requisitos:	
Firmas	

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

2.04.05 Investigar

Es el estudio de los métodos, procedimientos y técnicas utilizados para obtener nuevos conocimientos, explicaciones y comprensión científica de los problemas y fenómenos planteados y, por consiguiente, que nos puedan llevar

La solución de los mismos”

TABLA 12

Investigación	Aplicaciones
<ul style="list-style-type: none"> • Mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar la manera de fidelizar a los clientes • Buscar las necesidades de los cliente • Saber escuchar las sugerencias emitidas
<ul style="list-style-type: none"> • Productos nuevos 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar cliente fantasma en la competencia. • Tener una estadística de cuantos productos diarias se están sacando al mercado para saber cuál podría ser sus nuevos cambios. • Atraves de las sugerencias de los clientes se podrá imaginar nuevos diseños según la idea de los clientes.

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

2.04.06 Planificar.-

La Planificación es la primera función de la administración, y consiste en determinar las metas u objetivos a cumplir

TABLA 13

Objetivo	Como se va hacer	Tiempo
Publicidad	A través de la publicidad se dará a conocer nuevos productos que se pueda diseñar	Corto plazo
Ventas	Lograr un estándar más alto en los últimos meses para poder identificar que necesidades requiere el mercado	Largo plazo
Clientes	Buscar la fidelización para tener en cuenta la producción que debe existir en bodegas de la misma	Largo plazo
Empleados	Planificar siempre las actividades que van a desempeñar durante el día, mes para poder mejorar la producción	Corto plazo

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

2.04.07 Organizar

Esta etapa del proceso administrativo se basa en la obtención de eficiencia que solo es posible a través del ordenamiento y coordinación racional de todos los recursos que forman parte del grupo social.

TABLA 14

Clientes	Se puede organizar distintos tipos de seminarios para mejor su conocimiento de los productos
Trabajadores	Constantes cursos de actualización de maquinaria para que las mismas sean manipuladas diariamente.

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

2.04.08 Dirigir

Implica mandar; influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales. Es una actividad muy concreta ya que requiere trabajar directamente con la gente. Al establecer la atmósfera adecuada, los administradores contribuyen que los empleados den lo mejor de sí. Las relaciones y el tiempo son aspectos fundamentales.

TABLA 15

Dirección
La dirección se la ara constante dentro de la área de la producción y la administrativa para tener un mejor rendimiento de las actividades designadas para no generar conflictos con las actividades establecidas por un manual diario.

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

2.04.09 Controlar

Proceso para asegurar que las actividades reales se ajusten a las planificadas. Se da para que el administrador se cerciore de que las acciones de los miembros de la organización la lleven a la obtención de sus metas.

Se realizara 3 tipos de control dentro de la empresa para los empleados.

TABLA 16

	Trabajadores	clientes
Preventivo	La microempresa no se hace responsable de objetos perdidos en los casilleros	Se hará responsable hasta un cierto porcentaje en caso de ser emitido mal sus pedidos
Detectivo	En el sector de producción existirá letreros de aviso en las distintas áreas que tienen o no tienen peligro.	Para mayor seguridad serán dirigidos por un funcionario de la microempresa para no tener complicaciones de daños.
Directivo	Estar en constante control sobre la maquinaria para saber si está en la producción normal así se podrá evitar que la producción se detenga.	

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

2.04.10 Evaluar.-

Es la actividad preceptuar en el sentido que transcurre en el tiempo que hace referencia a un conjunto de fases sucesivas determinando las necesidades de información. (SORIANO, 2009)

TABLA 17

Objetivo	Trabajadores / clientes	Tiempo
Producción	Evaluar la producción tanto en calidad y creatividad	Diario
Compra	Tener en cuenta cuantos productos se han vendido	Diario o cada semana
Cumplimiento	Saber que rendimiento tiene las personas de las distintas áreas dentro de la misma	mes

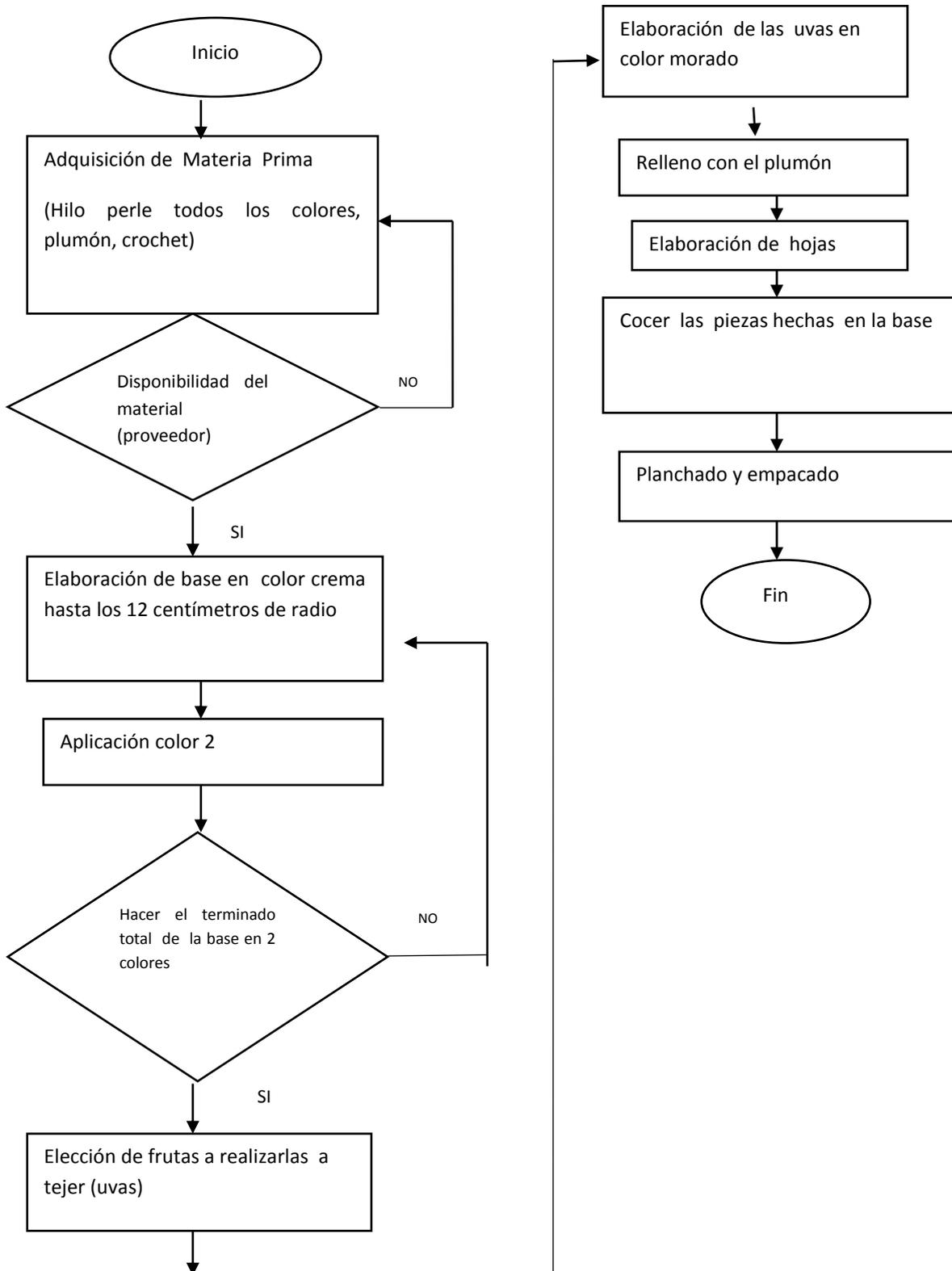
Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- para el proyecto el análisis de los componentes de la gestión administrativa es una **FORTALEZA** porque son planteamientos que se los podrá cumplir sin mayor complicación, ya que están dirigidas a corto plazo y la mayoría se dirige para personal de la misma.

2.05 GESTIÓN OPERATIVA

Flujo grama de producción



2.06 GESTION COMERCIAL

2.06.01 Producto

El servicio como producto y la comprensión de las dimensiones de las cuales está compuesto es fundamental para el éxito de cualquier organización de marketing de servicios. Como ocurre con los bienes, los clientes exigen beneficios y satisfacciones de los productos de servicios. (Marketing, 2012)

TABLA 18


Uno de los productos a elaborar

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

2.06.02 Precio

Es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio. (CidMartín, 2012)

TABLA 19

Adornos por unidad	17,50
Manteles según tamaño 1mx1m	12

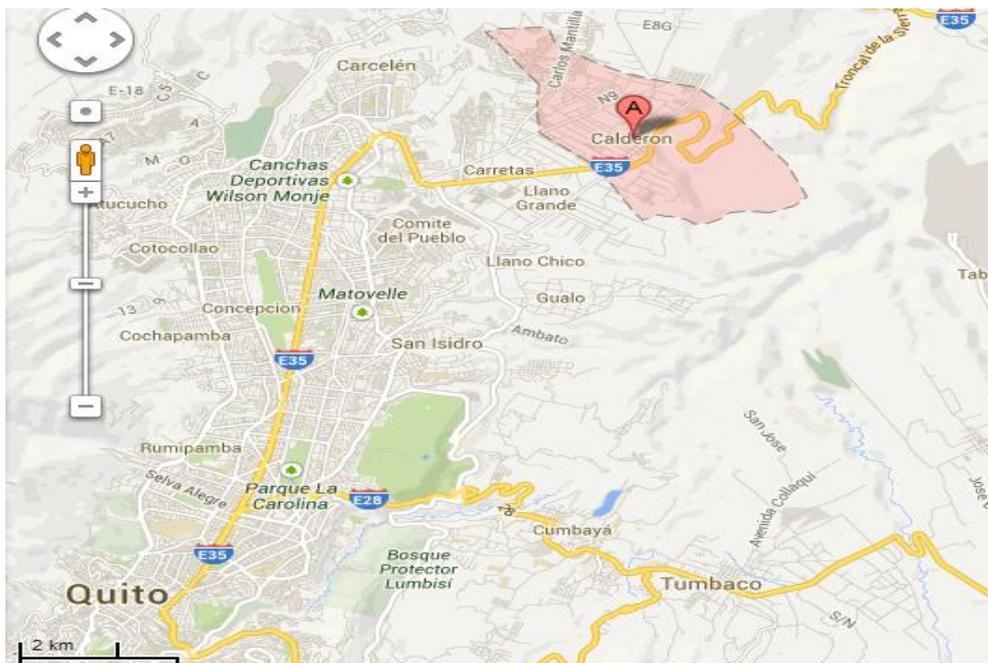
Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

2.06.03 Plaza

Todas las organizaciones, ya sea que produzcan tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza (también llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura) (Marketing, 2012)

FIGURA 11



Elaborado por: Google Maps

Fuente: Google Maps

Análisis.-El proyecto está enfocado en todo en norte de Quito lo cual se demuestra en este mapa los sectores posibles a ocupar o tomar en cuenta como mercado local en Calderón estar dirigida la matriz de la microempresa.

2.06.04 Promoción

La promoción en los servicios puede ser realizada a través de cuatro formas tradicionales, de tal manera de poder influir en las ventas de los servicios como productos. (Marketing, 2012)

TABLA 20

<p>Por la compra de 3 a 5 diseños</p> <p>Se obsequiara pequeños diseños tejidos en hilo</p>	
<p>Por la compra de 4 juegos completos de los diseños se entregara</p>	<p>3 diseños gratis</p>
<p>Pasada de \$150 en compras o 7 juegos completos de los diseños propuestos</p>	<p>Se dará un descuento del 12%</p>

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

2.06.05 Publicidad

Es la forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado. (Marketing, 2012)

TABLA 21

<p>P R O P A G A N D A</p>	
<p>ETIQUETA</p>	
<p>LOGO</p>	

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

➤ **Slogan**

Teje Tus Sueños en nuestras Manos

➤ **Etiqueta**

Punto Encaje

Para más confiabilidad de la obtención y las maneras de cuidar los productos.

2.06.05.01 Significado de colores

TABLA 22

Color café	El color café representa la salubridad. Si bien podría considerarse un poco aburrido, por otra parte representa la constancia, la sencillez, la amabilidad, la confianza, y la salud
Verde	El verde es un color de descanso, con muchos de los atributos de calma del color azul. Dicen que el tiempo pasa más rápido en una sala con las paredes verdes.
Morado	El morado o violeta tiene un carácter especial, casi sagrado en la naturaleza
Rojo	Estudios afirman que el color rojo tiene un significado tal que puede llegar a afectar de forma física, aumentando la presión arterial y el



	ritmo respiratorio
Amarillo	El color amarillo simboliza la alegría y lo vico. Tiene como significado la simpatía y se vincula con el sol y con la alegría de la luz. Es común ver este color en las ofertas de viajes a zonas cálidas de sol.
Azul oscuro	El color azul simboliza lo fresco, lo transparente. Tiene un efecto tranquilizador para la mente y las empresas que utilizan el azul oscuro en su logotipo quieren transmitir la madurez y la sabiduría.

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer



2.07 FODA

TABLA 23

Oportunidad	Amenaza
<p>la inflación para el presente proyecto generara la adquirió de materias primas debido a su baja importante que tiene referente a los otros años.</p> <p>La tasa de interés es de vital generación de este proyecto debido que se contara con un préstamo el mismo que cuenta con tasa accesibles para personas naturales.</p> <p>Riesgo País involucra aspectos de vital importancia como las inversiones extranjeras las mismas que se empezara efectuar debido.</p> <p>El proyecto generara crecimiento o aporte al PIB por ser una de las fuentes de que se ha desarrollado con mayor eficiencia.</p> <p>Con la nueva implementación de la nueva matriz productiva el proyecto se desarrollara incrementado las exportaciones y reducciones de las importaciones.</p> <p>El desempleo es un factor fundamental para que reduzca el desempleo y aumenten la ocupación plena según son los elementos de inclusión social.</p>	<p>Factor legal Por la pérdida de tiempo al momento de la adquisición de papeles para el funcionamiento del proyecto.</p>



<p>Debido a la tendencia alta que se mantiene en los últimos años de importación haciendo crecer la economía ecuatoriana.</p> <p>Factor social.- porque los indicadores tomados para esta muestra son muy fundamentales que ayuda al crecimiento cultural y social de la sociedad.</p>	
Debilidad	Fortaleza
<p>Proveedores por la localidad de estos para lo cual al proveer de nuestros materia prima para la elaboración de los productos se deberá hacer con determinado tiempo .</p> <p>Competencia y con gran potencial de producción y de comercialización en el mercado local y nacional</p>	<p>Clientes.- los clientes están al entorno local lo cual hace que proyecto sea factible porque se Busca mercado local y nacional.</p> <p>Propuesta estratégica.- como la microempresa esta iniciado todos los factores que los componen a esta propuesta son ideas nuevas que se las puede cumplir a corto y largo plazo.</p>

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

El comportamiento del consumidor es el conjunto de actividades que las personas y organizaciones llevan a cabo para seleccionar, obtener, usar, consumir y eliminar los productos y servicios que necesitan para satisfacer sus necesidades y deseos. (FROMM, 2012)

3.01.01 Determinación de la población y muestra

3.01.01.01 Población

La densidad de población es el número total de individuos que pueblan una determinada zona geográfica y se lo puede conocer dividiendo el número total de habitantes por el que ostenta el área en el cual habitan. (Abc, 2008)

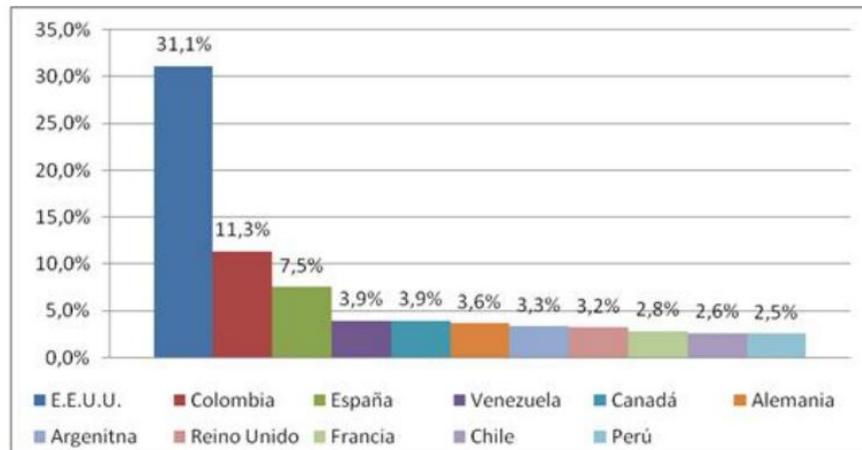
3.01.01.01.01 El turismo en Quito

El Turismo es el tercer y último eje estratégico en la planificación productiva municipal. Según el último Censo Económico, la Actividad de Alojamiento y Servicio de Comidas de registró en el año 2010 ventas en alrededor de 892 millones de dólares en la ciudad de Quito. En lo que respecta al empleo, el sector turístico genera trabajo para 42.945 personas, lo que lo sitúa como el cuarto sector en importancia a nivel Distrital en este rubro. Si se hace un análisis retrospectivo del flujo turístico hacia la ciudad en el periodo 2006 -2010, la tasa de crecimiento alcanzó el 8% anual, siendo los principales países de origen de los expuestos en

(Quito Turismo, 2011)

FIGURA 12

Países de origen más frecuentes de los turistas que visitan Quito.



Elaborado por: Quito en Cifras

Fuente: Quito en Cifras

Según el cuadro que se tiene como informativo es por el motivo de que los turistas que ingresan más a la ciudad de Quito vienen de estos países ya mencionados en el cuadro. Durante el año 2012 llegaron a la ciudad de Quito más de 519.554 visitantes internacionales, que representa un crecimiento del 7% en relación al año 2011, quienes gastaron aproximadamente 600 millones de dólares. (Quito, 2012)

3.01.01.02 Muestra

A instancias del comercio, una muestra será aquella pequeña cantidad de producto que se exhibe o en su defecto se regala, para que el potencial cliente lo conozca, lo pruebe y finalmente se decida a comprarlo. (Abc, 2008)

Entre los principales rasgos culturales que se mantienen en Calderón están: la celebración del día de los difuntos el 2 de noviembre, la elaboración de artesanías de mazapán y el tallado de muebles de madera que han trascendido a pesar de los años y el

crecimiento de la población. Según informes se puede apreciar que en Calderón llegan 8721 personas por mes a visitar a este sitio.

Según la obtención de la información de los turistas que llegan al sector de Calderón son 8271 las cuales se distribuyen en 3 fases.

FIGURA 13

<i>C.1.1 Ecuador: Pichincha (por cantones y parroquias rurales) y resto del país 2011</i>					
Visitante de Pichincha	Núm. extranjeros	Núm. Vehículos	Núm. noches viaje	Núm. Personas pag. viaje	Gasto total (US dólares)
PICHINCHA	602.198	361.843	662.672	280.401	29.027.624
Cantón Quito	500.568	302.491	616.561	245.208	27.568.888
Quito	470.022	289.566	598.001	229.957	26.716.265
Alangasí	49	49	49	49	2.448
Calacalí	803	803	0	0	
Calderón (Carapungo)	8.721	1.852	4.946	1.852	91.722
Conocoto	2.027	1.132	2.023	1.132	103.814
Cumbayá	885	885	584	237	11.064
El Quinche	5.441	2.295	314	2.947	85.019
Guayllabamba	863	760	1.102	603	44.702
La Merced	1.448	483	0	483	24.128
Nanegalito	842	421	5.896	842	29.479
Pifo	2.441	670	120	2.320	100.533
Pomasqui	2.340	958	922	1.419	32.986
San Antonio	81	81	161	81	8.058
San José de Minas	466	466	0	466	4.660
Tumbaco	2.769	1.109	1.517	1.652	73.856
Yaruquí	1.168	960	926	1.168	40.152
Cantón Cayambe	30.275	12.475	10.699	8.767	582.041

Elaborado por: Quito en Cifras

Fuente: Quito turístico

Al obtener la información para la muestra se puede determinar que el sector se ha dividido en tres fases como se puede observar en el cuadro 40 las cuales son el número de turistas que llegan por mes a Calderón el número de vehículos y el monto que gastan ellos.

3.01.01.02.01 Segmentación del Mercado

La segmentación escogida se debe a que la población de este tipo de mujeres en el sector está más dedicada a las labores de hogar y las cuales pueden aportar en la elaboración del producto contando con tiempo suficiente para el mismo.

La segmentación se detallará en el siguiente cuadro tomando en cuenta el número de turistas que visitan en el norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 24

GEOGRAFICAS	Norte de Distrito Metropolitano de Quito
Tamaño	
BASES	
DEMOGRÁFICOS	
1. Edad	➤ 20 años a 40 años
2. Sexo	➤ Femenino y Masculino
3. Nacionalidad	➤ ecuatoriana y extranjera
PSICOLÓGICAS	
1. Clases social	➤ Media
2. Estilo de vida	➤ considera las actividades de los turistas que es admirar productos nuevos del mercado artesanal se busca implementar una nueva artesanía de diseños nuevos y llamativos que lleguen a los turistas. Se toma como referencia que el Norte de Quito visitan un total de 8721 turistas tanto nacionales como extranjeros.
CONDUCTUALES	
1. Ocasión de compra	➤ Frecuencia de compra
2. Decisión de compra	➤ Buscar que se refleje el gusto del cliente en los productos
3. Tasa de uso	➤ Valor a pagar

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Fórmula para calcular

$$n = \frac{N}{N - 1 E^2 + 1}$$

TABLA 25

De donde	
N=	tamaño de la población

n=	tamaño de la muestra
E =	Errores de máximo admisible

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Aplicación de fórmula

$$\frac{8721}{8721-1 \cdot 0.0025+1} = 382$$

La muestra obtenida es de 382 personas a hacer encuestadas, se toma la población de turistas visitantes al sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, siendo así con una población de 8271 turistas que llegan a calderón comprendiendo de edades desde los 20 a 40 años las cuales van a formar parte del nuestro proyecto.

3.01.02 Técnicas de Obtención de la Información

3.01.02.01 Técnicas

Es un procedimiento o un conjunto de procesos prácticos, en vistas al logro de un resultado, o a varios resultados concretos, valiéndose del campo del saber o del accionar humano. (Abc, 2008)

3.01.02.01.01 Técnica geográfica.-

Se tomó este tipo de técnica por que la población y la muestra ya estaban determinadas pero como se encuentra en el sector de calderón el sitio ya estaba determinado el lugar exacto para aplicar la encuesta.

3.01.03 Modelo de la encuesta

Encuesta

La información que usted nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado de un producto artesanal, tejido e hilo. Por favor podría ayudarnos a llenar esta pequeña encuesta.

Sexo.- Femenino Masculino

Nacionalidad.- ecuatoriano extranjero

20 a 30 años 30 a 40 años más de 40

1. ¿Qué tipo de artesanías prefiere?

Madera Cerámica Tejido
Mazapán

2. ¿Conoce usted de productos artesanales tejidos en hilo?

Si no

3. ¿De estas variables cual le motiva a usted adquirirá artesanías tejidas en hilo?

Innovadores calidad
precio otros

4. ¿Para qué lugar de su casa le gustaría los adornos tejidos en hilo?

Cocina sala dormitorio

5.- ¿Principalmente en qué lugar adquiere usted adornos tejidos en hilo?

Almacenes de tejidos centros artesanales ferias



6. ¿Cuál es la característica principal que le llame la atención para adquirir adornos tejidos en hilo?

Presentación

diseño

textura

otros

7.- ¿Cuando usted compra artesanías generalmente gasta?

5 a 10\$

25 a 35\$

15 a 20

más de 40

8. ¿Generalmente en que tiempo usted compra adornos tejidos en hilo?

Mensual

Semestral

anual

9 ¿Estaría dispuesto a comprar adornos tejidos en hilos?

SI

NO

10. ¿Qué tan importante cree usted que sería la implementación de un nuevo producto en el mercado artesanal como adornos tejidos en hilo?

Muy interesante

Encantador

Poco interesante

Gracias

3.01.03 Análisis De La Información

La información que usted nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado de un producto artesanal, tejido e hilo. Por favor podría ayudarnos a llenar esta pequeña encuesta.

TABLA 26

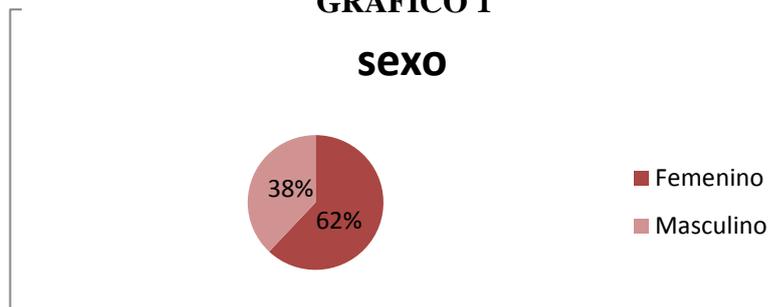
Género	Nº encuestas	Porcentajes %
Femenino	236	62%
Masculino	146	38%
Total	382	100%

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

GRÁFICO 1

sexo



Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- los datos de la gráfica y tabla demuestra que de un total de 382 encuestas realizadas en el Norte del Distrito Metropolitano de Quito donde los resultados fueron que el 62% representa al sexo femenino siendo el de mayor porcentaje y con un 38% de la población han sido hombres, la cual se trata de implementar nuevas estrategias para que las mujeres sigan comprando productos artesanales en el mercado artesanal del sector.

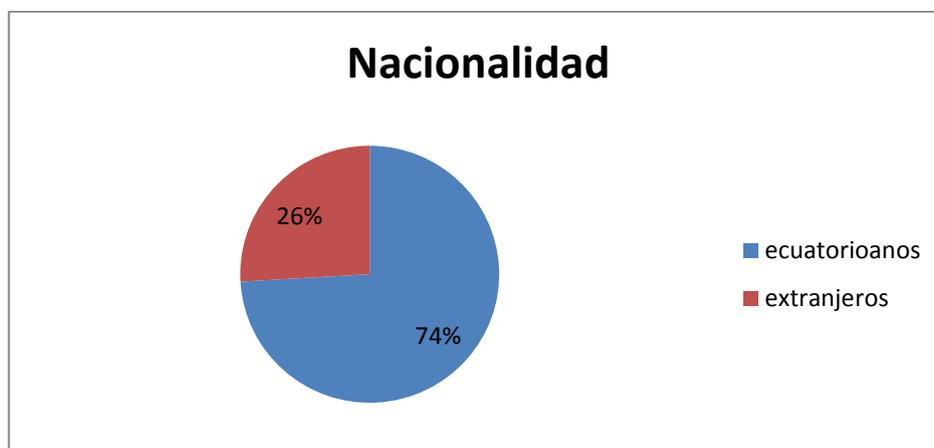
TABLA 27

Nacionalidad	Nº encuestas	Porcentajes %
Ecuatoriano	282	74%
Extranjero	100	26%
Total	382	100%

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

GRÁFICO 2



Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.-De los resultados obtenidos, se puede observar que la mayoría de las personas que fueron encuestados son ecuatoriana con un 76% la cual nos demuestra que en el sector llegan turistas nacionales, pero el 26% de la demás población son extranjeros la cual con los resultados obtenidos se determina que los turistas tanto nacionales como extranjeros buscan productos novedoso para poder adquirir siendo así se trata de poder satisfacer un cierto porcentaje de dicha población con los productos nuevos e innovadores a ofrecer.

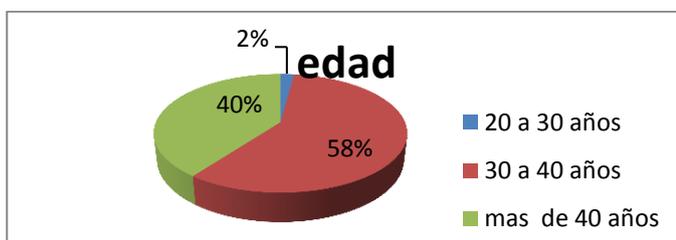
TABLA 28

Edades	Nº encuestas	Porcentajes %
20 a 30 años	8	2,09%
30 a 40 años	222	58,12%
más de 40	152	39,79%
Total	382	100%

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

FIGURA 14



Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- según la aplicación de la encuesta se puede determinar que una población estimada de 30 a 40 años representando el 58% tienen la mayor apreciación por los productos artesanales por su mayor conocimiento o porque ellos están en más constante información de la innovación de productos artesanales, no dejando atrás a las personas que tienen más de 40 años que representan el 40% de la población de personas que llevan conocimiento de los productos pero no tienden a visitar mucho mercados artesanales, y el 2% que comprende edades de 20 a 30 años las cuales ya que la cultura ya se ido perdiendo poco a poco ello ya no le toman mucha atención a los productos.

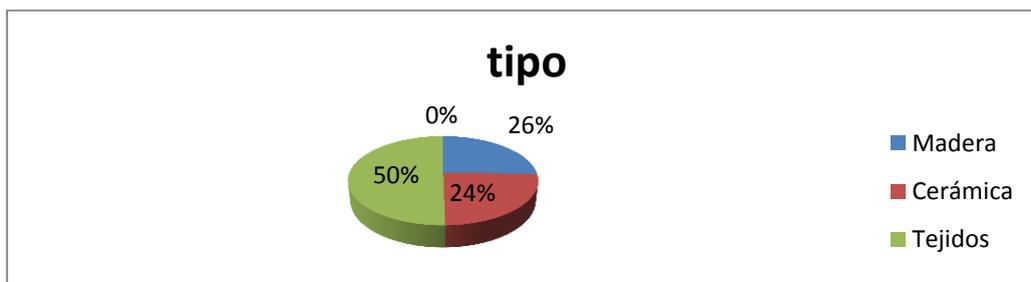
1.- ¿Qué tipo de artesanías prefiere?

TABLA 29

Tipo	Nº encuestas	Porcentajes %
Madera	98	25,55%
Cerámica	92	24,15%
Tejido	192	50,30%
Mazapán	0	0
Total	382	100%

Elaborado por: Betty Cuasquer
Fuente: Betty Cuasquer

FIGURA 15



Elaborado por: Betty Cuasquer
Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.-de acuerdo con los datos de las encuestas planteadas se puede apreciar que el 50% de las personas aprecian los productos tejidos pero como en prendas de vestir sin conocer más a fondo del producto a ofrecer, sin dejar atrás que el 26% representa a productos de madera ya que las adquieren por sus precios depende de la calidad del producto, el 24% representa a productos de la cerámica ya que las personas adquieren este producto pero en montos moderados por el costo de cada una de las piezas. Se busca que el producto de las artesanías tejidas en hilo logre superar a la competencia ya sea por presentación calidad de los productos y más por los precios que se logre establecer.

2.- ¿conoce usted de productos artesanales tejidos en hilo?

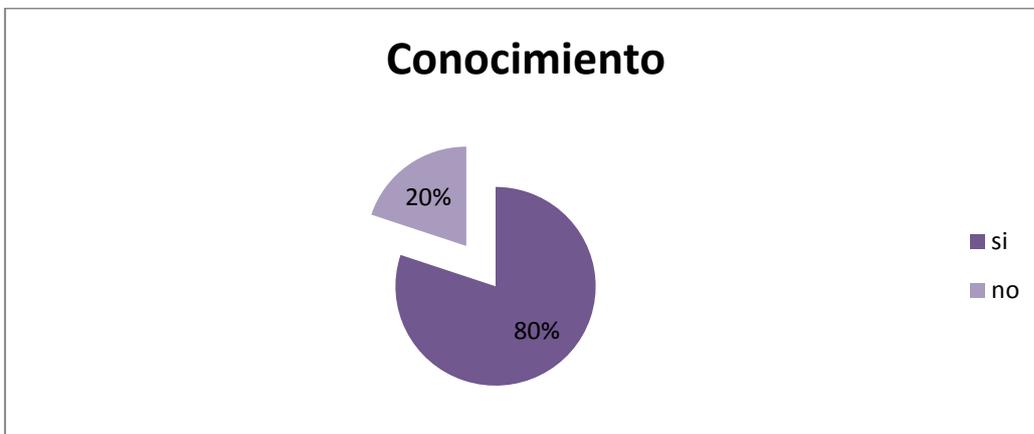
TABLA 30

	Nº encuestas	Porcentajes %
Si	306	80,10%
No	76	19,89%
Total	382	100%

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

FIGURA 16



Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- de acuerdo a los datos obtenidos se determina que un 80% de personas encuestadas si conocen productos artesanales tejidos en hilo pero en lo que es en prendas de vestir como comúnmente se ha mirado en los diferentes sitios de Quito, pero el 20% dice que conocen productos elaborados en lana pero que no podría identificar lo que un hilo. Según la apreciación de las personas que si conocen el hilo se podría tomar la opinión de una de las personas, será un que llame la atención de la persona todo depende de cómo lo saquen al producto al mercado.

3.- ¿De estas variables cual le motiva a usted adquirirá artesanías tejidas en hilo?

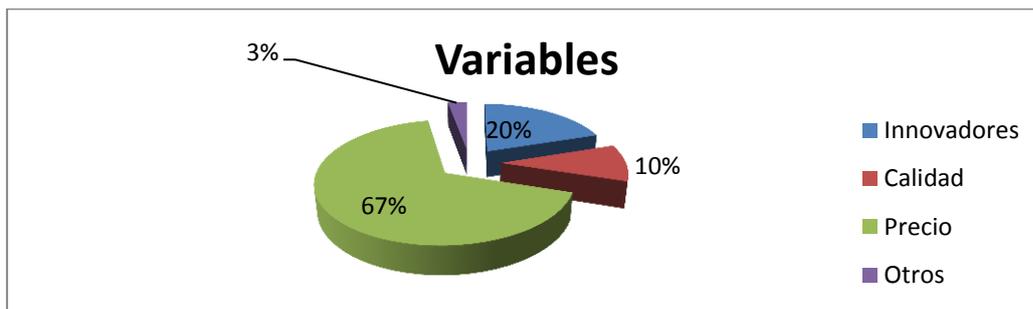
TABLA 31

	Nº encuestas	Porcentajes %
Innovadores	76	19,89%
Calidad	38	9,95%
Precio	256	67,01%
Otros	11	2,88%
Total	382	100%

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

GRÁFICO 3



Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

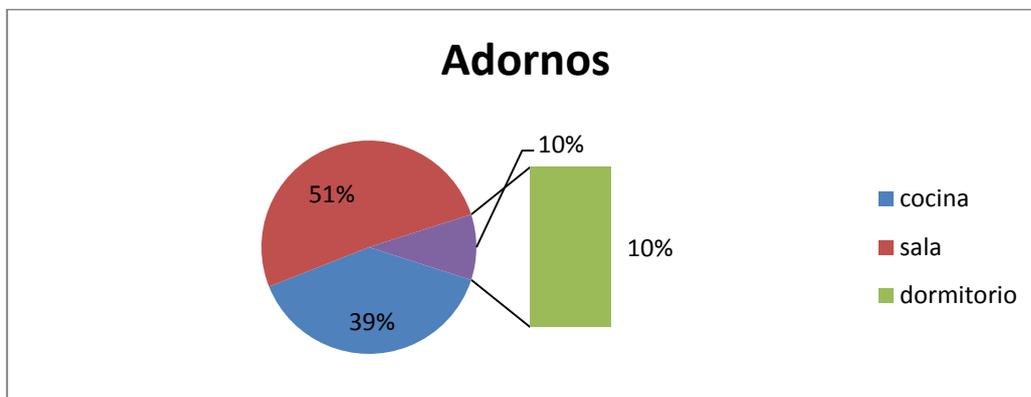
Análisis.- según los datos que se puede observar se ha determinado que el 67% representa al precio que para las personas llega hacer una de las variables más importantes al adquirir el producto, la innovación representa un 20% un buen producto para estar constante en el mercado debe tener constante innovación para tener al cliente si opción a irse a comprar a otros lados, la calidad representa el 3% aunque es una variable importante de los productos las personas solo esperan tener un producto que llame a las expectativas de ello.

4.- ¿Para qué lugar de su casa le gustaría los adornos tejidos en hilo?

Tabla N° 32

Artículos	N° encuestas	Porcentajes %
Cocina	149	39%
Sala	195	51,04%
Dormitorio	38	9,94%
Total	382	100%

FIGURA 17



Análisis.- según los resultados obtenidos de la encuesta se puede observar que los turistas nacionales y extranjeros en su mayoría prefieren comprar productos artesanales tejidos siendo así se puede determinar que el 51% representa a que los productos elaborados para la sala tienen más acogida por el simple hecho que las personas compran estos adornos para hacer más llamativos a los sitios de sus casas, el 39% representa a artículos de cocina como no se ha conocido todavía muy bien los productos elaborados para estos sitios esperan que el producto salga a la venta, el 10% representa a productos para el dormitorio como se puede determinar de varios comentarios los dormitorios pocos adornos llevan ya sean por problemas de salud o tal vez por preferencias vanas.

5.-principalmente en qué lugar adquiere usted adornos tejidos en hilo.

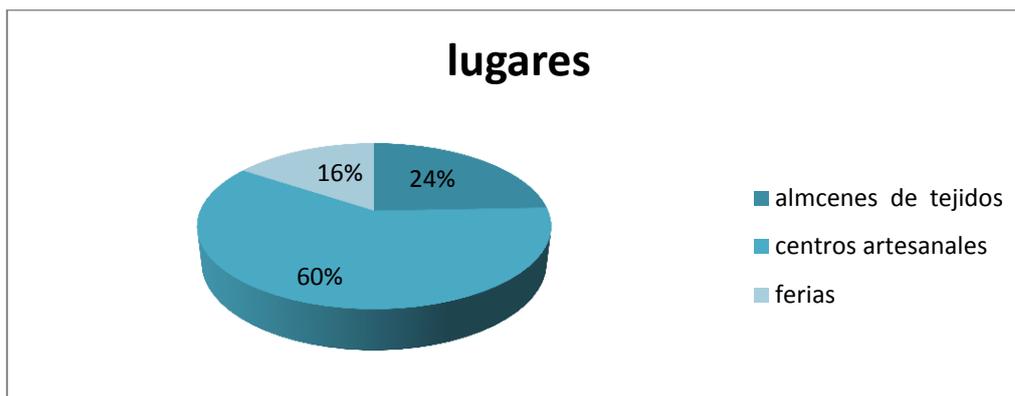
TABLA 32

Lugares	Nº encuestas	Porcentajes %
Almacenes de tejidos	84	21,99%
centros artesanales	245	54,14%
Ferias	54	14,14%
Total	382	100%

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

FIGURA 18



Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- según los datos obtenidos dice que el 60% que representa a los centro artesanales las personas dicen que en los centros artesanales encuentran productos no solo de artesanías si no alguna variedad de productos, el 22% representa a los almacenes la cual tiene un rango más bajo preo el simple hecho de que los productos en la vitrina llegan a valer más de lo estimado, y el 16% a las ferias las personas no se acercan mucho a las ferias artesanales por que los precios son muy altos y la calidad de los productos la varían.

6.- ¿Cuál es la característica principal que le llame la atención para adquirir adornos tejidos en hilo?

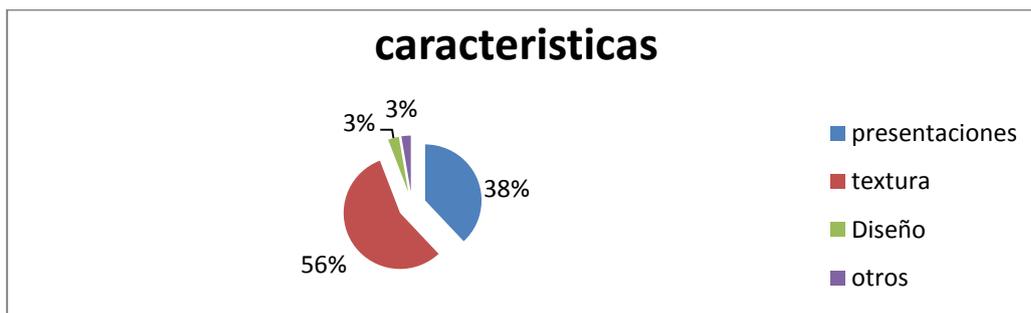
TABLA 33

Características	Nº encuestas	Porcentajes %
Presentación	65	17,01%
textura	96	25,13%
Diseño	194	50,79%
Otros	27	7,07%
Total	382	100%

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

FIGURA 19



Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- las encuestas realizadas reflejan que un 56% que es la textura del producto es más importante para las personas ya que prefieren un producto bien realizado a comprar lo que no les agrada, la presentación que es el 38% de personas encuestadas dicen que debe tener una buena presentación al salir al mercado para que sea adquirido por los clientes, el diseño del producto representa el 3% ya que como últimamente el mercado artesanal no se actualizado con los productos para las personas el diseño dejó de importar.

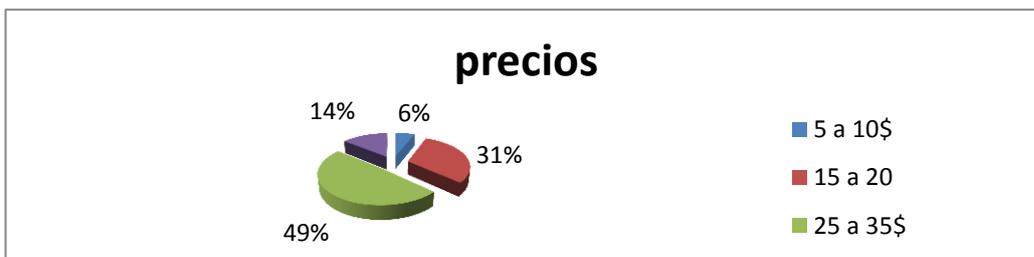
7.- ¿Cuándo usted compra artesanías generalmente gasta?

TABLA 34

	Nº encuestas	Porcentajes %
5 a 10\$	23	6,02%
15 a 20	187	48,95%
25 a 35\$	117	30,63%
más de 40	54	14,14%
Total	382	100%

Elaborado por: Betty Cuasquer
Fuente: Betty Cuasquer

FIGURA 20



Elaborado por: Betty Cuasquer
Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- los datos estadísticos se puede observar que el 49% de población dice que está dispuesto a pagar desde 25 a 35\$ según el tamaño y la textura del producto, pero el 31% asegura que su consumo es de 15 a 20 \$ ya que ellos toman encuesta mucho la variación de los productos, en un 14% tenemos más de 40\$ que su representación es pequeña en comparación con los demás precios, y el 6% representa a los precios de 5 a 10\$ como la gráfica es baja se toma como referencia este tipo de valores. Se quiere lograr es tener un precio promedio de las cantidades de las cuales las persona encuetadas tomaron encuesta, cuál de los montos eran factible a pagar.

8.- ¿generalmente en que tiempo usted compra adornos tejidos en hilo?

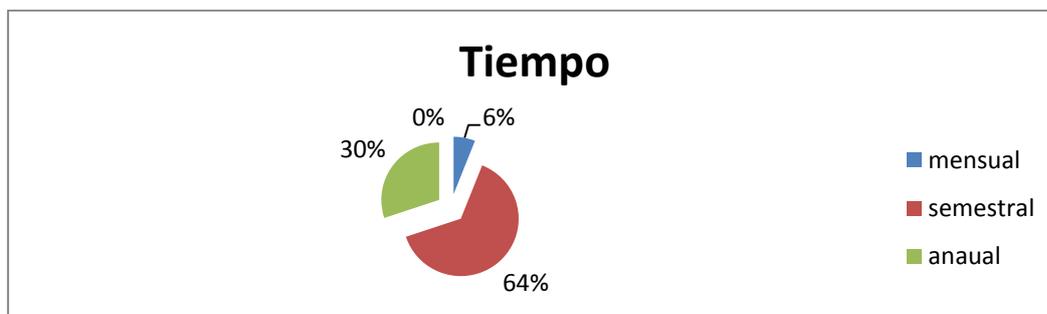
TABLA 35

	N° encuestas	Porcentajes %
Mensual	23	6.02%
Semestral	244	63,87%
Anual	115	30,10%
Total	382	100%

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

FIGURA 21



Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- De acuerdo con los datos obtenidos de la encuesta aplicada, la mayoría de las personas compran productos artesanales de manera eventual, con un 64% dice que adquirirán el producto semestralmente ya sea porque el mercado artesanal tiene poco la innovación de productos, el 30% dice que lo compran pero anualmente ya sea también por la poca innovación de productos. Tomando en cuenta que los turistas visitan el norte del Distrito Metropolitano de Quito 2 o 3 veces por año entonces esto también sería el motivo por el cual los cuadros estadísticas refleja que la frecuencia de compra la hacen anual o semestral.

9. ¿Estaría dispuesto a comprar adornos tejidos en hilos?

TABLA 36

Aceptación	Nº encuestas	Porcentajes %
Si	281	64%
No	101	36%
Total	382	100%

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

FIGURA 22



Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- a través de la información se puede observar de los cuadros estadísticos que un 64% de la población encuestada dice que está de acuerdo en comprar los adornos tejidos en hilo la cual se la tomara como referencia por ser el mayor porcentaje pero el 36% de la población ha mencionado que no comprarían el producto ya sea por desconocimiento del producto y no se ha mirado mucho en el mercado artesanal del sector, lo que trata de hacer es que todas las personas conozcan el producto y tengan una gran impacto al momento de que las personas puedan admirar y tengan el interés en adquirirlos.

10.- ¿Qué tan importante cree usted que sería la implementación de un nuevo producto en el mercado artesanal como adornos tejidos en hilo?

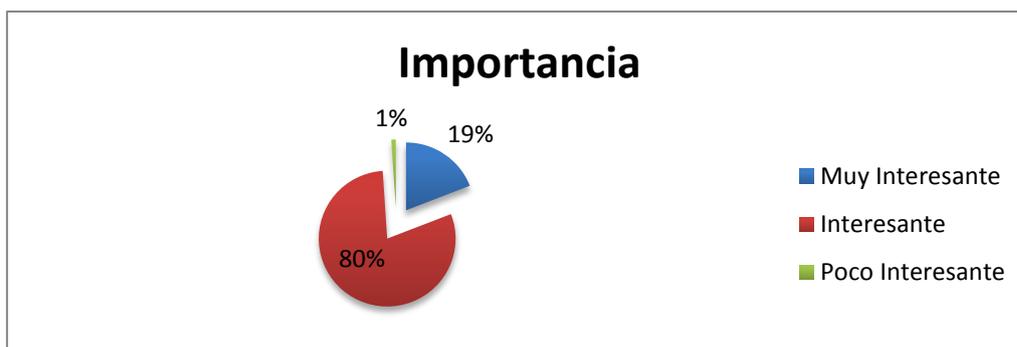
TABLA 37

Frecuencia	Nº encuestas	Porcentajes %
Muy interesante	73	19,11%
Interesante	305	79,84%
Poco interesante	4	1,05%
Total	382	100%

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

FIGURA 23



Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- En los cuadros estadísticos se puede observar que un 80% dicen que es poco interesante que se cambien un producto en el mercado artesanal por la cultura que ya nos identifica, el parámetro de muy interesante con el 19% las cuales confían en que será una fuente de trabajo más para el sector pero el 1% de la población encuestada dice que les parece poco importante por el motivo de que muchas microempresas han intentado pero por el poco conocimiento del producto no se ha mantenido en el mismo. Se trata de que la implementación de nuevos productos en el mercado tenga una buena acogida.

3.02 OFERTA

3.02.01 Oferta actual

Tiene relación con la cantidad de bienes o servicios que las empresas u organizaciones están dispuestas a vender en el mercado a un precio determinado (THOMPOMS, 2008)

Según las investigaciones pertinentes se llega a determinar las empresas que han tenido una oferta desde los años anteriores la cual estas dos empresas son los que mejor porcentaje de ventas a obtenido cubriendo un total del 56% de mercado en general y el otro 44% lo cubre los vendedores ambulantes.

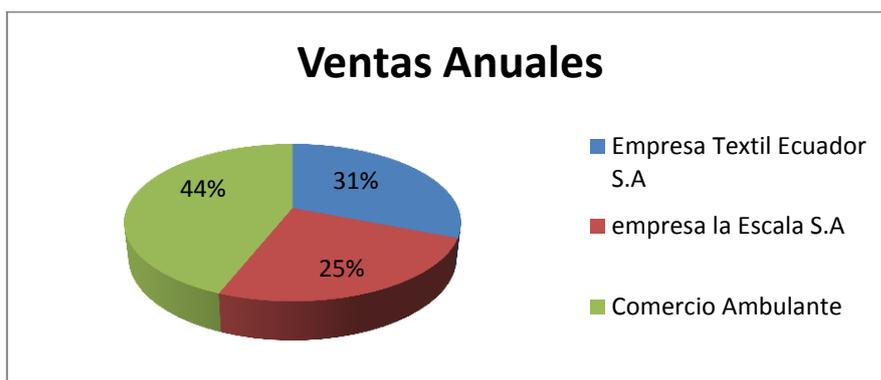
TABLA 38

Nombre de la empresa	Total en porcentaje de producción	Estimado de ventas en dólares
Empresa Textil Ecuador S.A	31%	28 433,82
Empresa textiles la Escala S.A	25%	22 930,5
Otros (comercio ambulante)	44%	40 357,68
Oferta actual	100%	91722,00

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: AITE

FIGURA 24



Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- según los datos obtenidos se puede afirmar que en sector de calderón existen 3 empresas que ofertan los mismos productos, tomando en cuenta el mercado ambulante del sector el que más representa lo cual entre todos estos comerciantes hacen un total de 91722,00 lo cual se busca incorporarse al mercado tratando de tener un porcentaje pequeño del mercado ofertante.

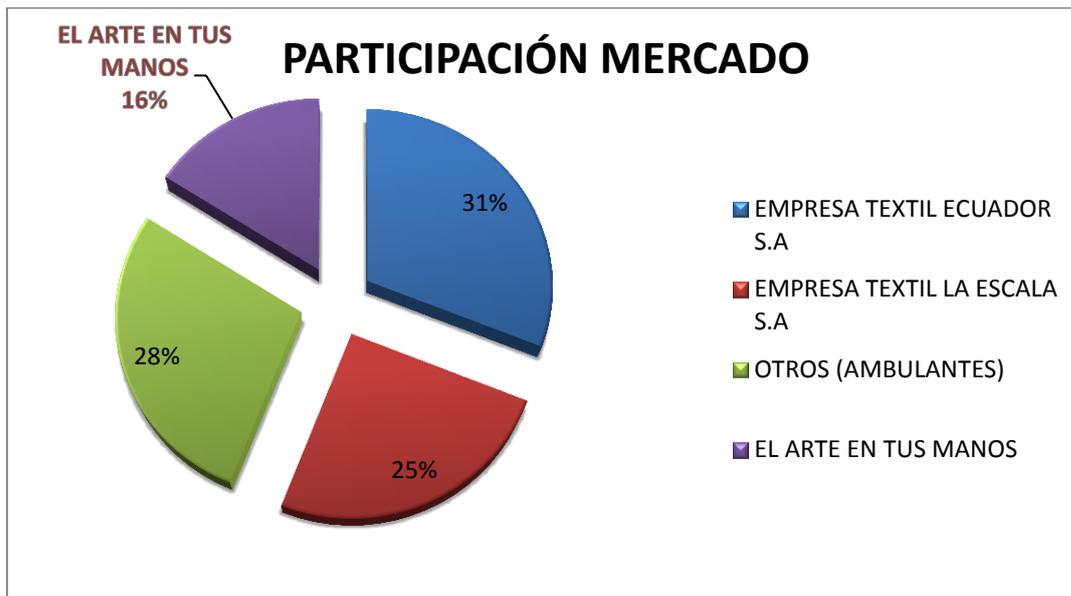
TABLA 39

Nombre de la empresa	Total en porcentaje de producción	Estimado de ventas en dólares
Empresa Textil Ecuador S.A	31%	28 433,82
Empresa textiles la Escala S.A	25%	22 930,5
Otros (comercio ambulante)	28%	25 682,16
El Arte en Tus Manos	16%	14 675,52
Oferta actual	100%	91722,00

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: AITE

FIGURA 25



Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

En la tabla y el gráfico presentado ya se encuentra incorporado el nombre de la microempresa que se está realizando como estudio.

Análisis del proyecto.- si las empresas cubren el 100% de la población que es un total de 8721 personas extranjeras tanto nacionales como internacionales y cubriendo un total de ventas de 91722,00 en el año 2012.

Si las 3 empresas tomadas en cuentas cubren el 100% del mercado local como se lo está indicado en el gráfico anterior, por lo tanto para que el proyecto tenga una aceptación en el mercado y un espacio geográfico para lograr el objetivo de venta se considera cubrir un **16% del mercado local** tratando de que se reduzcan las ventas ambulante el sector de Calderón, se demuestra en el siguiente gráfico.

3.03 DEMANDA

3.03.01 Demanda actual

Es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos. (THOMPOMS, 2008)

TABLA 40

Datos para Calcular Demanda		
Población turistas	Numero de Encuestas	Crecimiento Poblacional
8721	382	1.52%
<ul style="list-style-type: none"> Aceptación 		
Población * Porcentaje de Aceptación = Aceptación de personas		
8721	* 0,6400	= 5581
<ul style="list-style-type: none"> Frecuencia 		
Aceptación de personas * frecuencia según encuesta* 2 semestres = Frecuencia de compra		
5581	*0.6400 * 2	= 7143
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Precio Promedio 		
20 + 15 = \$17,50		

Elaborado por: Betty Cuasquer
Fuente: Betty Cuasquer

TABLA 41

3.1 Demanda Actual		
Frecuencia de compra* precio Promedio = Demanda Actual en personas		
7143	* 17,50	= 125,003

Elaborado por: Betty Cuasquer
Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- para calcular la demanda actual se toma en cuenta muchos factores como la aceptación y la frecuencia de compra del producto sin dejar atrás el precio para poder saber el número de personas que pueden comprar el producto en general.

4.01 Tamaño del proyecto

Hace referencia a la capacidad instalada de producción de un bien o de presentación de un servicio durante la vigencia del proyecto. (MIRANDA Miranda, 2007)

Entre los factores que pueden influir a determinar en el tamaño del proyecto se encuentran los determinantes como: demanda, insumos, y los condicionantes, como la tecnología, localización, el financiamiento, los RRHH y la capacidad empresarial en general. (ROSALES, 2007)

4.01.01 Capacidad instalada

Corresponde a la capacidad máxima nivel posible de producción o prestación de servicio.

La producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos. (MIRANDA Miranda, 2007)

TABLA 42

Días	Hora entrada	Hora break	Hora salida
Lunes a viernes	8h00	12h00 a 13h00	16h00

Elaborado por: Betty Cuasquer
Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.-tomando encuesta que se tendrá 3 operarios las cuales deben cumplir el horario establecido ya que al ingresar deberán firmar el control diario de asistencias tanto a la hora de ingreso y como a la hora de salida, también se trabajara horas extras

los días sábados en caso de ser deseado por las operarias con esto se demuestra que se está acatando a la ley de no exagerar los tiempos de trabajo.

Semanal

TABLA 43

Producción lunes a viernes	Producción semanal
60	60

Elaborado por: Betty Cuasquer
Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- se determina una producción diaria la cual con la existencia de las 3 operarias, ellas al momento de comenzar a elaborar los productos ya tienen un determinado tiempo que se deben demorar la cual se toma en cuenta que hacen una producción diaria de 4 productos cada operaria multiplicando por las 3 operarias da un total de 12 productos diarios, según el flujo de procesos se tiene determinado que las operarias no deben demorarse más de 1 hora con 45 minutos.

Producción total

TABLA 44

Producción semanal	Producción mensual	Producción semestral	Producción anual
60	240	1440	2880

Elaborado por: Betty Cuasquer
Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- si las operarias siguen produciendo con lo establecido en el diagrama de producto se deberá cumplir con un total de 3490 productos anuales.

Si la producción semanal fue de 60 productos al multiplicar por 5 semanas que son un mes da un total de producción de 240 productos, para sacar una producción total al semestre se toma en cuenta que tiene un total de 26 semanas que da un total de 1440

productos, para la producción anual es por las 52 semanas que da un total de 2880 productos.

Se ha tomado en cuenta que las fechas cívicas propuestas por el gobierno son respetadas pero la producción será recuperada según se tenga un establecimiento de normas con los operarios.

4.01.02 Capacidad óptima

Se conoce como capacidad de placa, de diseño, o instalada. También es usual definirla como la capacidad de producción de una planta a carga completa. (COULTER, 2010)

Análisis.- para hacerla elaboración de un producto artesanal echo en hilo perle se necesita un determinado tiempo y materia prima, el tiempo que fue determinado según un diagrama de proceso ya establecido anteriormente se dice que se necesita de 2 horas para tener el producto para la venta.

TABLA 45

Materiales	Presentación	Gramos	Dólares	A utilizar gr	Dólares
Hilo perle color besh	Madeja	90	1.25	50	0,69
Hilo perlita de colores	Cono	100	1.35	35	0,47
Plumón	empaque	453.592	8.00	15	0,26
Croschet	Cajas docentes		15.00	1	1,25
Etiqueta	Empaque docena		6.00	1	0,50
Total			30.35		3,11

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Como se puede observar cuanta materia prima se utiliza para la elaboración solo para un producto siendo la inversión tan baja, lo que más influye para la producción es la agilidad y la creatividad de las tejedoras para un buen desarrollo del producto.

Para tener el producto para la venta falta de un proceso de la limpieza del producto esto consiste en que después de haber terminado de tejer se tiene que hacer el respectivo aseo de los productos como tal se toma una porción de agua que este a la temperatura de 30° y el producto debe estar 5 minutos dentro de esta agua luego se pondrá en un líquido para que el producto tenga consistencia, logrando pasar todos estos procesos se pondrá la etiqueta y el producto estará listo para ser vendido.

4.02 Localización

Se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubica el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o minimización de costo. (MIRANDA Miranda, 2007)

FACTORES GENERALES DE LOCALIZACION

<u>FACTOR</u>	<u>CALIFICACION</u>
Costo de arriendo	10%
Cercanía al cliente	30%
Espacio físico	10%
Proveedores	10%
Vías de Acceso	25%
Permisos Legales	15%
<u>TOTAL</u>	100%

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

FIGURA 26

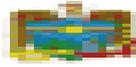


Se analiza todos los aspectos relacionado con la localización del proyecto, buscando la mejor comodidad tanto para clientes y personal que labora dentro de la microempresa, conociendo que es un sitio muy turista es por eso que la localización del mismo es el punto central.

4.02.01 Macro

Las consideraciones de localización para la planeación de un negocio se inicia por la valoración de un número de localización señaladas en los planes regionales y sectoriales de desarrollo. (EROSSA, 2008)

Tabla 46

País	Ecuador	
Provincia	Pichincha	
Cantón	Quito	
Parroquia	Calderón	

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

FIGURA 27



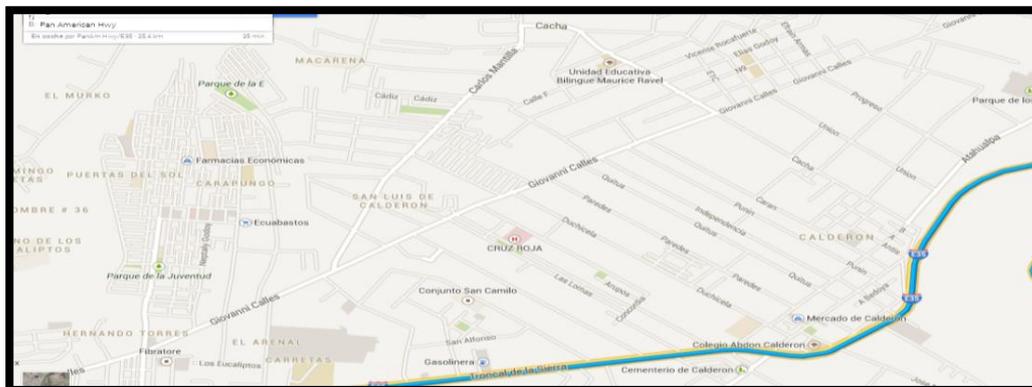
Elaborado por Google Maps
Fuente: Google Maps

Análisis.- según el análisis realizado al mapa de todas las parroquias del norte de Quito se puede observar que Calderón es una de las parroquias más pequeñas pero la ventaja que tiene es porque es sectorizada y es centralizada entre todas las parroquias lo cual hace que cuando los turistas lleguen por lo general primero al parque de Calderón donde se propone instalar el local.

4.02.02 micro-localización

También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propone encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. (Marketing, 2012)

FIGURA 28



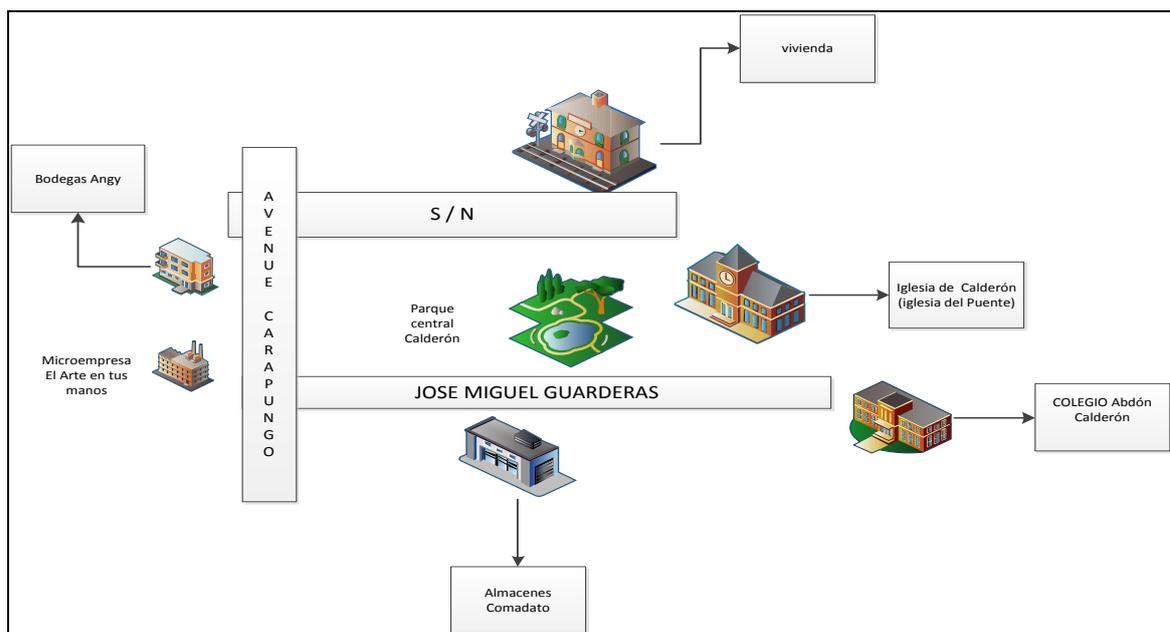
Elaborado por Google Maps
Fuente: Google Maps

Análisis.- como se puede observar el mapa del sector de Calderón la cual es desde la calle Giovanni Calles hasta la línea azul la cual como se puede observar por su gran magnitud de su territorio es una gran acogida de clientes ya que por ser una de las parroquias centralizadas atrae más a las personas turistas nacionales y extranjeras y ellos se enfocan a visitar la cultura y el mercado que tienes a su alrededor.

4.02.03 Localización óptima

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital criterio privado u obtener el costo unitario mínimo criterio social. (conceptos, 2008)

FIGURA 29



Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- como se puede observar más detenidamente para enfocar el local principal se ha tomado como referencia el parque central de Calderón como un lugar exacto para que lleguen los clientes, para esto tenemos los siguientes puntos:

Norte.- tomando como punto central al parque está la vivienda en la calle S/N por el hecho de que no tiene salida solo llega hasta la puerta de la iglesia.

Sur.- siendo el parque de calderón un punto central al sur está la calle José Miguel Guarderas y para ser más específicos esta frente almacenes Comandato ya que el local es de 2 pisos y el color del edificio es celeste.

Este.- siendo el punto central el parque central de Calderón, se encuentra la iglesia de Puente de Calderón la cual es muy fácil de identificar porque es una iglesia central y no hay más camino que la calle José Miguel Guarderas ya que más al este se encuentra el colegio Abdón Calderón.

Oeste.-siendo el punto central el parque central de Calderón, al oeste tenemos la avenida Carapungo y frente a ella estas bodegas Angy, cerca de estas bodegas se pretende poner las instalaciones de la microempresa El Arte en tus Manos la cual se pretende que sea de 100m².

4.03 INGENIERIA DEL PROYECTO

4.03.01 Definición de B y S

Los bienes están representados en objetos materiales cuya utilidad nos permite satisfacer una necesidad de un modo directo e indirecto, Los bienes y servicios representan un término importante en los principios de la economía. Los bienes son cosas tangibles que pueden consumirse, como por ejemplo la ropa y los alimentos. (FIGUEROA, 2010).

Análisis.-El producto hacer elaborado es un bien ya sea porque lo podemos mirar y tocar, el producto es adornos tejidos en hilo las cuales el valor agregada que llega a tener es que en cada producto tendrá un adorno aparte ya sea en manteles o en

adornos de cocina, cada producto tendrá una medida específica y según ello se designarán los diferentes precios.

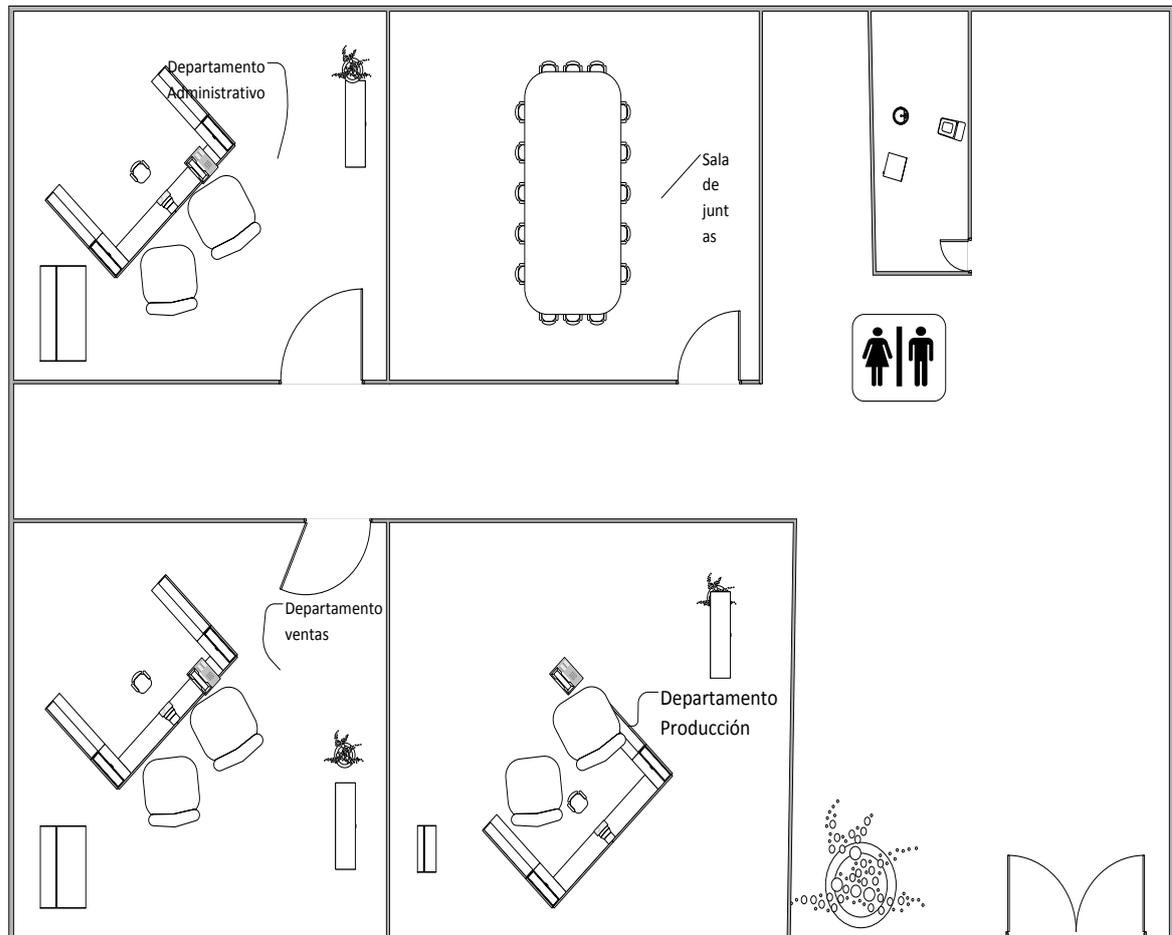
Para la producción de adornos de cocina se tendrá en cuenta que el color base es el besh con un terminado de color café en los bordes finales, luego de ello se irán poniendo los adornos finales que llamen la atención al cliente.

En lo que es producción de manteles se hará solo de un color puede ser en blanco o en color besh, se ha elegido estos colores por el simple hecho de que es lo colores con los cuales se identifican la microempresa.

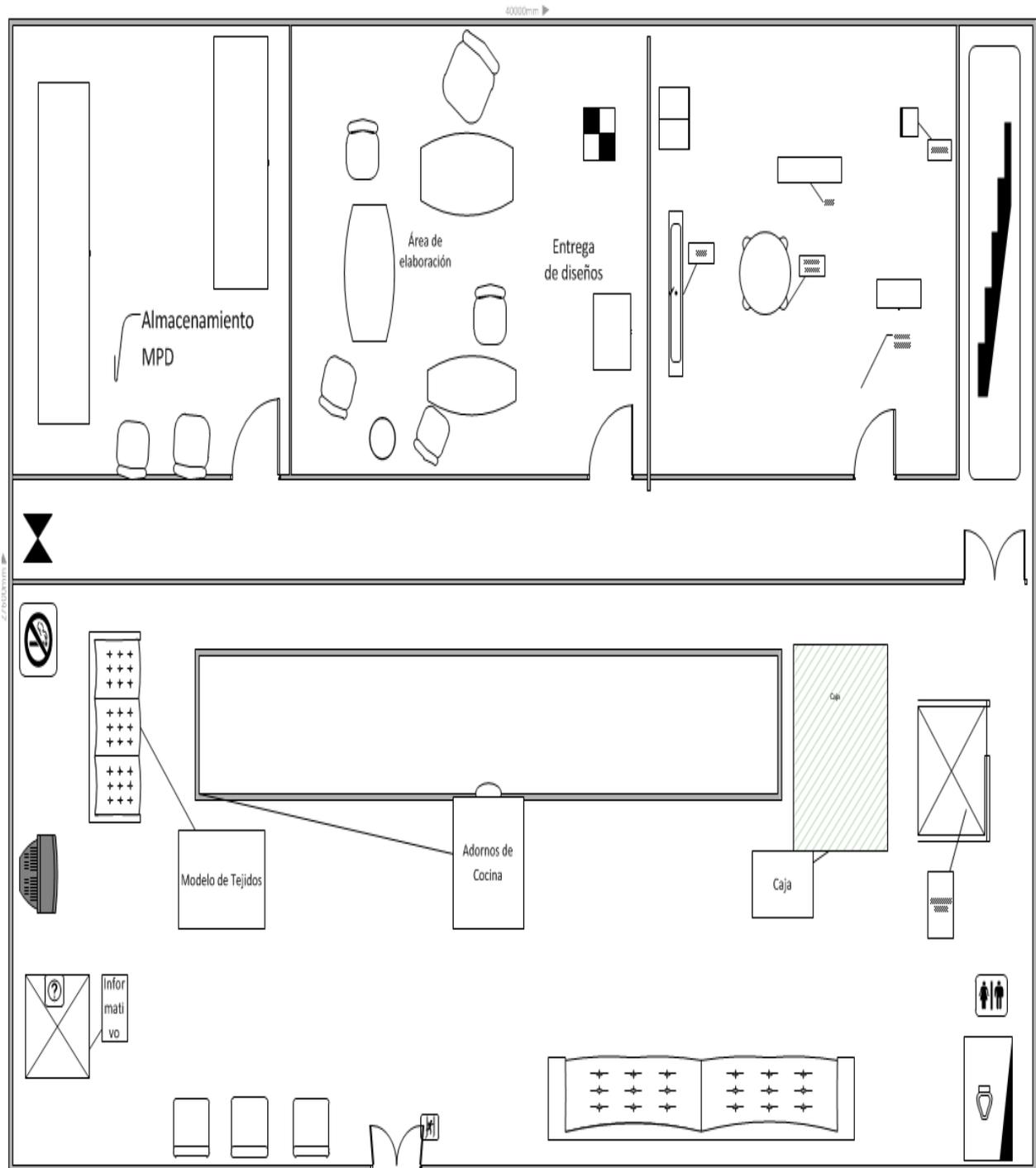
4.03.02 Distribución de planta

La decisión de distribución en planta comprende determinar la ubicación de los departamentos, de las estaciones de trabajo, de las máquinas y de los puntos de almacenamiento de una instalación. Su objetivo general es disponer de estos elementos de manera que se aseguren un flujo continuo de trabajo o un patrón específico de tráfico.

Planta Administrativa



Planta de producción



Layout

Esta hace referencia al diseño o disposición de los productos/servicios en sectores o categorías en los puntos de venta de una empresa. (JOOJA, 2009)

DISTRIBUCION ÓPTIMA DE LA PLANTA

Tabla 47

PLANTA ALTA:	PLANTA BAJA:
1) Departamento Administrativo	5) Área de Producción
2) Departamento de Producción	6) Caja (recepción de dinero)
3) Departamento de venta	7) Área de publicidad
4) Baño	Área de presentación de productos

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

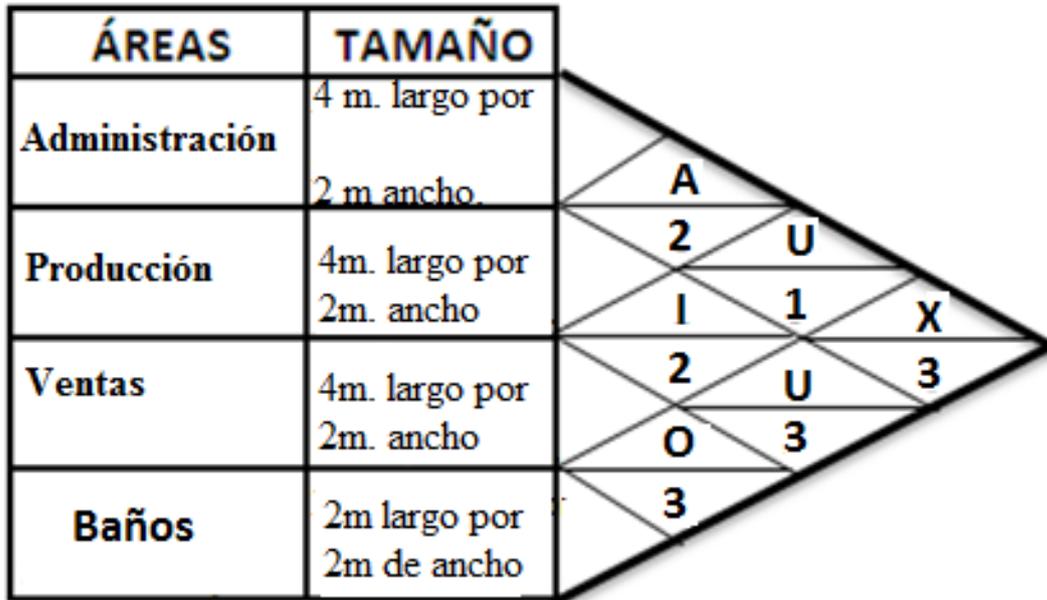
Tabla 48

1) GRADOS DE CERCANIA	RAZONES DE CERCANIA
A Absolutamente importante	1 = Por peligro.
E Especialmente importante	2 = Cercanía del proceso.
I Importante	3 = Por higiene.
U No importante	4 = Por contaminación.
X Deseable	5 = Por ruido.
	6 = Por cuestiones administrativas

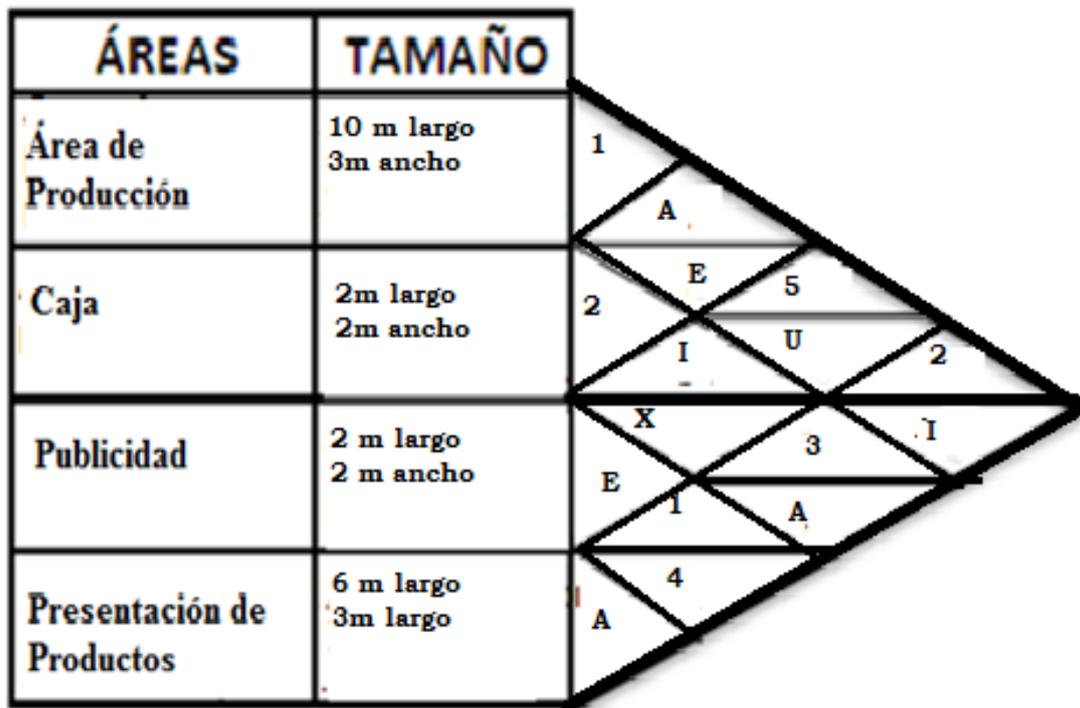
Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

PRIMERA PLANTA (ALTA)



PLANTA BAJA



La presentación de la microempresa se determinó en 2 plantas la cual están divididas de la siguiente manera:

1.- planta administrativa.- está conformada por varias áreas:

- **Departamento administrativo**
- **Departamento de ventas**
- **Departamento de producción**
- **Sala de juntas**
- **Baños**

Las cuales están para el mejor funcionamiento de la microempresa y para velar por el bienestar económico del mismo y del personal que la constituyen.

2.- planta de producción y ventas

Este departamento está constituido de las personas que van a estar en la producción de los tejidos y al mismo tiempo la venta y la publicidad del mismo producto puesto a que al momento de ingresar las personas al local se van a dar cuenta la calidad de los productos y la buena distribución del sector de la segunda planta.

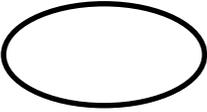
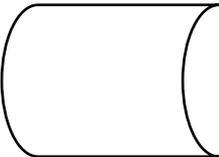
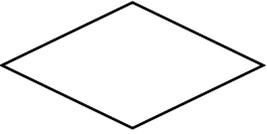
Cuenta también con un área de información para los clientes y poder saber sus sugerencias de los mismos y cuenta con lugares cómodos para nuestros clientes.

4.03.03 Proceso productivo

Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. (conceptos, 2008)

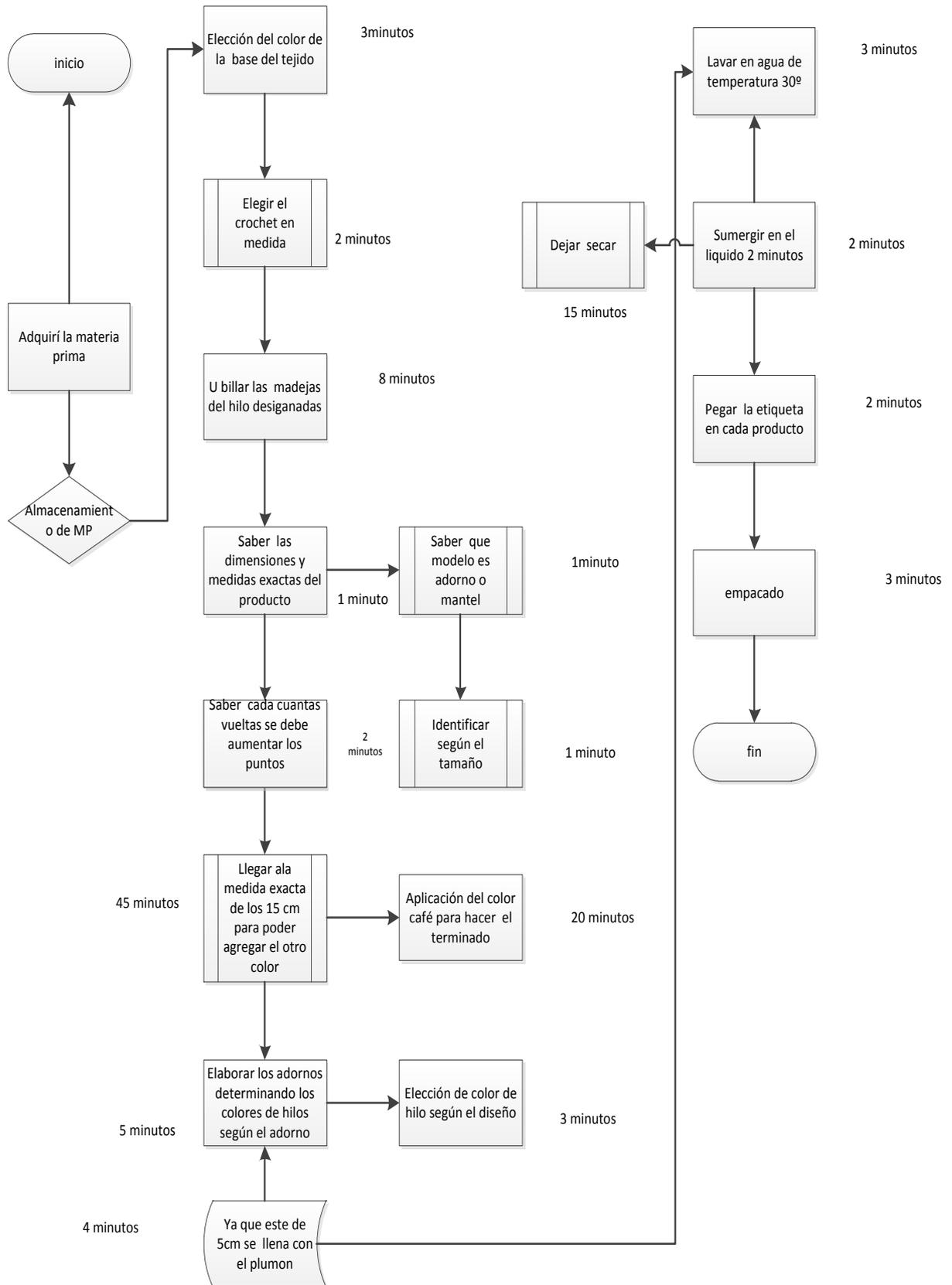
Proceso productivo

Tabla 49

	<p>Inicio o Fin de actividad</p>
	<p>Proceso de alguna actividad</p>
	<p>Sub proceso</p>
	<p>Datos externos</p>
	<p>Decisión</p>

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer



4.03.04 Maquinaria

Conjunto de máquinas que se usan para un fin determinado, mecanismo que da un movimiento, componentes físicos de un ordenador o de una red, en contraposición con los programas o elementos lógicos que los hacen funcionar. (COULTER, 2010)

Tabla 50

Nº	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	Maquinaria			
	Máquina overlok recta	1	800,00	800,00
	Total			800,00

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- para la elaboración de este producto se ha determinado necesario que solo se necesita la máquina para poner las etiquetas en cada producto lo cual es una actividad pequeña.

4.3.5 Equipos

Un equipo es un grupo de bienes que se reúnen para trabajar en conjunto para alcanzar una meta en común para esto, el equipo mantiene una cierta organización que le permita conseguir sus objetivos. (Abc, 2008)

Tabla 51

Nº	Detalle	Cantidad
2	Equipos de computo	
2.1	Computadoras	4



2.2	Impresoras	2
3	Equipos de oficina	
3.1	Teléfonos	4
3.2	Caja registradora	1
3.3	Archivadores	4
4	Equipos de seguridad	
4.1	Extintores	
5	Equipos de mobiliario para tejedoras	
5.1	Mesas	2
5.2	Sillas	4
Tota de bienes		22

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Análisis.- se toma como equipo a todos estos bienes que se ha nombrado en esta tabla ya que son necesarios, es por esto que también se toma en cuenta todos los equipos necesarios ya sean como de cómputo o de seguridad en caso de una desgracia mayor, se debe de estar preparado para cualquier situación dentro de las instalaciones tanto como productivas y administrativas.

5.01 Ingresos Operacionales y No Operacionales

En una empresa existen dos tipos de ingresos: operacionales y no operacionales. Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa. (CidMartin, 2012)

Tabla 52

CAPACIDAD OPTIMA PRODUCCIÓN					
PRODUCTO	# HO. DIARIAS	# TRABAJADORAS	PRODUCCION DIARIA	# CLIENTES AL MES	# CLIENTES AL AÑO
ARTESANALES	8	3	12	240	2880
		TOTAL	12	240	2880

CAPACIDAD OPTIMA MONETARIA					
PRODUCTO	PRODUCCION (Q)	PRECIO PVP	VALOR DIARIA	VALOR MENSUAL	TOTAL INGRESOS
TEJIDOS	12	17,00	204,00	4.080,00	48.960,00
		TOTAL	204,00	4.080,00	48.960,00

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Se puede observar en la tabla que se va a tener una producción de 12 productos diarios entre las 3 operarias y cada producto se lo venderá a 17\$ y se representa cuanto será las ventas tanto como diarias, mensuales, anuales.

Para tener una producción diaria se debe establecer un horario de trabajo para los trabajadores, sobre esa imposición de horarios que están bajo el establecimiento de la ley se determinó el número de productos elaborados tanto diarios, mensuales, anuales.

5.02 COSTOS

5.02.01 COSTOS DIRECTOS

Son los cargos por concepto de material, de mano de obra y de gastos, correspondientes directamente a la fabricación o producción de un artículo determinado de una serie de artículos o de un proceso de manufactura. (THOMPOMS, 2008)

Tabla 53

MATERIA PRIMA					MENSUAL	ANUAL
DETALLE	DESCRIPCION	GRAMOS TOTALES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR TOTAL
Hilo perle color besh	Madeja	90	125	1,25	156,25	1.875,00
Hilo perlita de colores	Cono	100	45	1,35	60,75	729,00
Plumón	empaque	453.592	15	8,00	120,00	1.440,00
TOTAL					337,00	4.044,00

MATERIALES DIRECTOS				ANUAL
DETALLE	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNI	VALOR TOTAL
Croshet	Cajas docena	12	1,25	15,00
Agujas	Docena	12	1,00	12,00
Total		30.35		27,00

MANO DE OBRA DIRECTA	
CARGO	VALOR ANUAL
jefe de producción	5.743,58
trabajador 1	5.392,52
trabajador 2	5.392,52
Total	16.528,62

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Para determinar una capacidad de producción se debe tener en cuenta en monto a gastar en cada producto tanto como en materia prima como en mano de obra.

5.02.02 COSTOS INDIRECTOS

Desembolsos que no pueden identificarse con la producción de mercancías o servicios específicos, pero que sí constituyen un costo aplicable a la producción en general se conocen generalmente como gastos indirectos de manufactura. (THOMPOMS, 2008)

Tabla 54

COSTO INDIRECTO DE FABRICACION

DETALLE	VALOR
Etiqueta empaque	180,00
Servicios básicos	3.180,00
Suministro de oficina	59,85
Suministro de limpieza	25,15
Depreciación de Maquinaria	115,00
Total	3.560,00

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Se determina todo los factores que van incluir en el producto que no cuento en su mayoría pero forman parte de su elaboración es así que se toma en cuenta los servicios básicos que se le determino para el área de producción.

5.02.03 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Conjunto de erogaciones incurridas en la dirección general de una empresa, en contraste con los gastos de una función más específica, como la de fabricación o la de ventas; no incluye la deducción de los ingresos, aunque por regla general, abarcan los sueldos y salarios, los materiales y suministros de oficina, la renta y demás servicios generales de oficina. (conceptos, 2008)



Tabla 55

GASTO ADMINISTRACIÓN

DETALLE	VALOR
Gasto de Implementación	120,00
Sueldos Salarios	6.062,74
Servicios básicos	1.590,00
Suministro de oficina	119,70
Suministro de limpieza	50,30
depreciación de muebles y enseres	190,50
depreciación de equipo oficina	135,50
Depreciación de equipo computo	899,67
Total	9.168,40

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

en esta tabla se puede mostrar todas las cuentas que forman un capital para esta área como se puede observar ya tiene incluido lo que es sueldos y salarios de los empleados, también se tomó encuentra una cuenta que es gastos de implementación la cual comprende lo que es gastos de patentes y permisos de funcionamiento.

5.02.04 COSTOS DE VENTAS

Gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, excluidos los gastos financieros, los impuestos sobre beneficios y los incurridos por estudios y análisis previos. (NUNES, 26)

TABLA 56

GASTOS DE VENTA	
DETALLE	VALOR
Sueldos Salarios	5.743,58
Servicios básicos	1.590,00
Suministro de oficina	59,85
Suministro de limpieza	25,15
Publicidad	610,00
TOTAL	8.028,58

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Comprende todos los gastos incluyendo sueldos y salarios del vendedor y sus respectivos servicios básicos

5.02.05 COSTOS FINANCIEROS

Es el que se integra por los gastos derivados de allegarse fondos de financiamiento por lo cual representa las erogaciones destinadas a cubrir en moneda nacional y extranjera, los intereses, comisiones y gastos que deriven de un título de crédito o contrato respectivo, donde se definen las condiciones específicas y los porcentajes pactado se calculan sobre el monto del capital y deben ser cubiertos durante un cierto periodo de tiempo. (COULTER, 2010)

Tabla 57

COSTOS DE FINANCIAMIENTO

DETALLE	VALOR
interés corto plazo	1.396,15
interés largo plazo	490,54
TOTAL	1.886,69

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Se presenta el interés del préstamo adquirido en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cooprogreso

5.02.06 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTO FIJO: Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.

COSTO VARIABLE: Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación.

Tabla 58

CONCEPTO	FIJO	VARIABLE	TOTAL
Costo de Producción			
Costos Directos			20.599,62
Materia Prima		4.044,00	
Materiales		27,00	
Mano de obra directa		16.528,62	
Costos Indirectos			3.560,00
Costos Indirectos de Fabricación	3.445,00		
Depreciaciones	115,00		
Costos de Administración			
Gastos de Administración			4.940,00
Sueldos y Salarios	3.180,00		
Útiles de Aseo	50,30		
Útiles suministro de Oficina	119,70		
Servicios Básicos	1.590,00		
Costos de Venta			6.353,58
Publicidad	610,00		
Sueldos y Salarios	5.743,58		
Costo Financiero			615,35
Financiamiento	615,35		
TOTAL	15.468,94	20.599,62	36.068,55

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

5.03 INVERSIONES

En general, invertir es renunciar a unas satisfacciones inmediatas y ciertas a cambio de una expectativas, es decir, de unas esperanzas y beneficios en el futuro (COMPANYS, 2010).



5.03 .01 INVERSIONES FIJAS

Tabla 59

TOTAL	-7.109,00
--------------	------------------

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

5.03.02 ACTIVOS FIJOS

Es aquel activo que no está destinado para ser comercializado, sino para ser utilizado, para explotado por la empresa. (GERENCIE, 2010)

Tabla 60

Descripción	INICIAL
Maquinaria	-1.150,00
Muebles y Enseres	-1.905,00
Equipos de Oficina	-1.355,00
Equipos de Computación	-2.699,00
TOTAL	-7.109,00

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Con estos implementos se pretende dar un mejor funcionamiento tanto como para el producto y el mejor funcionamiento de la misma.

5.03.03 CAPITAL DE TRABAJO

Capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar y lo que comúnmente conocemos activo corriente. (GERENCIE, 2010)

Tabla 61

CAPITAL DE TRABAJO



Descripción	1 Mes	2 Mes	TOTAL
Arriendo	420,00	420,00	840,00
Sueldos Personal	2.361,24	2.361,24	4.722,49
Servicios Básicos	110,00	110,00	220,00
Materiales Directos	27,00		27,00
Materia Prima Directa	337,00	337,00	674,00
Suministro de Limpieza	100,60		100,60
Suministro de Oficina	239,40		239,40
TOTAL FINANCIADO	3.595,24	3.228,24	6.823,49

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Comprende todas los recursos necesarios que deben estar disponibles para la producción diaria y el normal funcionamiento del proyecto.

Cabe recalcar que se tienes un préstamo que esta por pagar.

5.03.04 FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y USOS DE FONDOS

Permite definir cuál es la estructura financiera de la organización y determinar cómo se financia la empresa, con el fin de realizar los correctivos que permitan lograr el principio de conformidad financiera. (PAYA, 2009)

Tabla 62



FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y USOS				
CAPITAL PROPIO	2.786,50			
CREDITO	11.145,99			
TOTAL	13.932,49			
		FUENTES FINANCIERAS		
INVERSION FIJA		7.109,00	CREDITO	CAPITAL
Maquinaria y Equipo	1.150,00			1.150,00
Equipo de Oficina	1.355,00		1.355,00	
Equipo de Computacion	2.699,00		2.699,00	
Muebles y Enseres	1.905,00		1.905,00	
GASTO DE OPERACIONES		6.122,49		
Sueldos y salarios	4.722,49		4.722,49	
Suministro de Oficina	239,40		239,40	
Suministro de Limpieza	100,60			100,60
Servicios basicos	220,00		220,00	
Arriendo local	840,00			840,00
COSTOS DE OPERACIÓN		701,00		
Materia prima Directa	674,00			674,00
Materiales directos	27,00			27,00
INVERSION REQUERIDA		13.932,49	11.140,89	2.791,60

Elaborado por: Betty Cuasquer
Fuente: Betty Cuasquer

En el cuadro de inversiones se puede observar que para iniciar con el proyecto se tiene 2 tipos de inversiones, financiada y propia siendo un aporte del 80% de capital financiado y el 20% de capital propio.

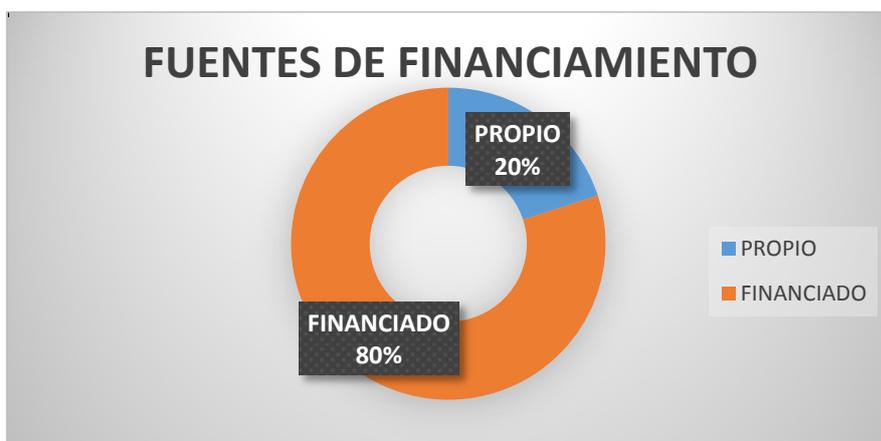
Tabla 63

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

Crédito	80%	11.145,99
Capital Propio	20%	2.786,50
TOTAL	100%	13.932,49

Elaborado por: Betty Cuasquer
Fuente: Betty Cuasquer

FIGURA 30



Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

5.03.05 AMORTIZACIONES DE FINANCIAMIENTO

La tabla detalla pagos mes por mes, pago por pago, cómo se irá reduciendo o repagando la deuda contraída hasta el día del cierre de tu transacción hipotecaria, contiene los plazos mensuales contratados según la manera requerida, sabrá cuánto ha pagado del principal y cuál es el balance del mismo cada mes.

Tabla 64

TABLA DE AMORTIZACION

Inversión	100%	13.932,49		
Cap. Propio	20%	2.786,50	interés año 1	1.396,15
Financiamiento				
:	80%	11.145,99	interés año 2	490,54
Plazo	24			1.886,69
Interés	16,25%			
Pagos	MENSUAL			

Numero Cuotas	Amortización	Interés	Valor total	Saldo Insoluto
0				11.145,99
1	464,42	150,94	615,35	10.681,58
2	464,42	144,65	609,06	10.217,16



3	464,42	138,36	602,77	9.752,74
4	464,42	132,07	596,48	9.288,33
5	464,42	125,78	590,20	8.823,91
6	464,42	119,49	583,91	8.359,49
7	464,42	113,20	577,62	7.895,08
8	464,42	106,91	571,33	7.430,66
9	464,42	100,62	565,04	6.966,24
10	464,42	94,33	558,75	6.501,83
11	464,42	88,05	552,46	6.037,41
12	464,42	81,76	546,17	5.573,00
13	464,42	75,47	539,88	5.108,58
14	464,42	69,18	533,60	4.644,16
15	464,42	62,89	527,31	4.179,75
16	464,42	56,60	521,02	3.715,33
17	464,42	50,31	514,73	3.250,91
18	464,42	44,02	508,44	2.786,50
19	464,42	37,73	502,15	2.322,08
20	464,42	31,44	495,86	1.857,67
21	464,42	25,16	489,57	1.393,25
22	464,42	18,87	483,28	928,83
23	464,42	12,58	476,99	464,42
24	464,42	6,29	470,71	-0,00
TOTAL	11.145,99	1.886,69	13.032,68	128.178,90

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Para acceder al crédito se tomó en cuenta a la **Cooperativa de Ahorro y Crédito Cooprogreso** la presentación de la amortización es francesa y determina el tiempo en que se puede terminar de pagar el crédito.

5.03.06 DEPRECIACIONES

Consiste en reconocer de una manera racional y ordenada el valor de los bienes a lo largo de su vida útil estimada con anterioridad con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público. (NET, 2009)

Tabla 65

CUADRO DE DEPRECIACIONES

Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres	1.905,00	10	190,50	190,50	190,50	190,50	190,50
Maquinaria	1.150,00	10	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00
Equipos de Oficina	1.355,00	10	135,50	135,50	135,50	135,50	135,50
Equipos de Computación	2.699,00	3	899,67	899,67	899,67	899,67	899,67
TOTAL	7.109,00		1.340,67	1.340,67	1.340,67	1.340,67	1.340,67

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Se hace el respectivo cálculo sobre las cuentas mostradas en la tabla, es una depreciación que está proyectada a 5 años como tiempo mínimo (se aplicó método de línea recta).

5.03.07 ESTADO DE SITUACION INICIAL

Es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. (CidMartin, 2012)

Tabla 66

ACTIVO		
<u>DISPONIBLE</u>		6.823,49
Efectivo	6.823,49	
<u>FIJO</u>		7.109,00
Equipos de computación	2.699,00	
Muebles y Enseres	1.905,00	
Equipo de Oficina	1.355,00	
Maquinaria	1.150,00	
TOTAL ACTIVOS		13.932,49
PASIVO		
Crédito por pagar	11.145,99	
TOTAL PASIVO		11.145,99
PATRIMONIO		2.786,50
-	-	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	-	13.932,49

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

5.03.08 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS (A 5 AÑOS)

Es uno de los estados financieros básico, el cual muestra la utilidad o pérdida obtenida en un período determinado por actividades ordinarias y extraordinarias. (CidMartin, 2012)

Tabla 67

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMADO

	Descripción	Año	Año	Año	Año	Año	PIB MANUFACT URA	3,7%
		2014	2015	2016	2017	2018	INFLACION	4,16%
	VENTAS	48.960,00	50.771,52	52.650,07	54.598,12	56.618,25		
(-)	Costo de Venta	24.132,62	25.025,52	25.951,47	26.911,67	27.907,41		
(=)	Utilidad Bruta en Ventas	24.827,38	25.746,00	26.698,60	27.686,45	28.710,84		
(-)	Gastos Operacionales							
	Gastos Administrativos	9.168,40	9.549,81	9.947,08	10.360,88	10.791,89		
	Gastos de Ventas	8.028,58	8.362,57	8.710,46	9.072,81	9.450,24		
	Gastos Financieras	1.396,15	490,54					
(=)	Utilidad Operacional	6.234,24	7.343,07	8.041,06	8.252,76	8.468,71		
(+)	Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
(-)	Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
(=)	Utilidad Antes de I.R.	6.234,24	7.343,07	8.041,06	8.252,76	8.468,71		
(-)	IMPUESTO A LA RENTA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
(=)	Utilidad Neta	6.234,24	7.343,07	8.041,06	8.252,76	8.468,71		
(=)	EXCEDENTE OPERACIONAL	6.234,24	7.343,07	8.041,06	8.252,76	8.468,71		

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

Cabe recalcar que no se paga impuesto a la renta por no llegar a lo establecido según las leyes de impuestos y no llega al excedente operacional.



5.03.09 FLUJO NETO DE CAJA

Es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado. (NET, 2009)

Tabla 68

DETALLE	años					
	0	1	2	3	4	5
FUENTES	13.932,49	7.574,91	8.683,74	9.381,73	9.593,42	9.809,38
Aporte propio	2.786,50	-	-	-	-	-
Préstamos	11.145,99	-	-	-	-	-
Utilidad neta		6.234,24	7.343,07	8.041,06	8.252,76	8.468,71
Depreciación	-	1.340,67	1.340,67	1.340,67	1.340,67	1.340,67
Valor residual	-		-	-	-	
Capital de trabajo	-	-	-	-	-	-
USOS	13.932,49	6.969,15	6.063,54	-	2.699,00	-
Inversión fija	7.109,00		-	-	2.699,00	-
Inversión diferida		-	-	-	-	-
Capital de trabajo	6.823,49		-	-	-	-
Amortización		6.969,15	6.063,54	-	-	
FLUJO ACTUAL	-	605,76	2.620,21	9.381,73	6.894,42	9.809,38
FLUJO ACUMULADO	-	605,76	3.225,97	12.607,70	19.502,12	29.311,50

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

5.04 EVALUACION

5.04.01 TASA DE DESCUENTO

Es un monto de dinero que normalmente corresponde a un porcentaje de la operación de dinero que se esté realizando.

Tabla 69

$$TMAR = i + f + (i \times f)$$

i = inflación

f = costo de oportunidad

Inflación = 4,16% INFLACION

Costo de Oportunidad

= 25,00% póliza

TMAR = 0,0416 + 0,25 + (0,0416 x 0,25)

TMAR = 0,2916 + 0,0104

TMAR = 0,302

TMAR = 30,20%

5.04.02 VAN Y TIR

Es un método de evaluación de proyectos de inversión que consiste en determina el valor presente de los flujos de fondos del negocio Dos parámetros muy usados a la hora de calcular la viabilidad de un proyecto son el VAN (Valor Actual Neto) y el TIR (Tasa Interna de Retorno). Ambos conceptos se basan en lo mismo, y es la estimación de los flujos de caja que tenga la empresa (simplificando, ingresos menos gastos netos).

Tabla 70

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-13.932,49					
Excedente Operacional		6.234,24	7.343,07	8.041,06	8.252,76	8.468,71
FLUJOS DE EFECTIVO	-13.932,49	6.234,24	7.343,07	8.041,06	8.252,76	8.468,71
$VAN = -P + \frac{FNE\ 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE\ 5}{(1+i)^5}$						
$VAN = -13.932,49 + \frac{6.234,24}{1,302} + \frac{7.343,07}{1,695204} + \frac{8.041,06}{2,20715561} + \frac{8.252,76}{2,8737166} + \frac{8.468,71}{3,741579}$						
$VAN = -13.932,49 + 4.788,21 + 4.331,68 + 3.643,18 + 2.871,81 + 2.263,41$						
$VAN = -13.932,49 + 17.898,27$						
$VAN = \$ 3.965,78$						
$TIR = 43,65\% \quad TD$						
$VAN = -13.932,49 + \frac{6.234,24}{1,4365482} + \frac{7.343,07}{2,06367061} + \frac{8.041,06}{2,96456222} + \frac{8.252,76}{4,2587364} + \frac{8.468,71}{6,1178799}$						
$VAN = -13.932,49 + 4.339,74 + 3.558,26 + 2.712,39 + 1.937,84 + 1.384,26$						
$VAN = -13.932,49 + 13.932,49$						
$VAN = 0,00$						

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

5.04.03 PRI

Es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión.

Tabla 71

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

Periodo	FNE	Acumulado	ACUMULADO	DIFERENCIA
0	-13.932,49	-13.932,49		
1	6.314,24	6.314,24	13.740,65	191,84
2	7.426,40	7.426,40		
3	6.437,16			
4	4.892,97			
5	3.281,80	3.281,80		

AÑO	MES	DIAS
1		
2		

2 AÑOS Y 1
PERIODO DE RECUPERACIÓN: DIA

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

5.04.03 R.B.C

Concepto.- La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

Tabla 72

RELACION COSTO BENEFICIO					
TMAR =	30,20%				
Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	48.960,00	50.771,52	52.650,07	54.598,12	56.618,25
	48.960,00	50.771,52	52.650,07	54.598,12	56.618,25
	1,3020000	1,6952040	2,2071556	2,8737166	3,7415790
INGRESOS ACTUALES	37.603,69	29.950,09	23.854,26	18.999,13	15.132,18
Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS Y GASTOS	41.329,60	42.937,91	44.609,01	46.345,36	48.149,54
	41.329,60	42.937,91	44.609,01	46.345,36	48.149,54
	1,3020000	1,6952040	2,2071556	2,8737166	3,7415790
COSTOS TOTALES	31.743,17	25.329,05	20.211,08	16.127,33	12.868,77
RELACION COSTO BENEFICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VALOR ACTUAL DE INGRESOS	37.603,69	29.950,09	23.854,26	18.999,13	15.132,18
VALOR ACTUAL DE COSTOS Y GASTOS	31.743,17	25.329,05	20.211,08	16.127,33	12.868,77
	1,18	1,18	1,18	1,18	1,18

Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

**5.04.04 PUNTO DE EQUILIBRIO**

Tabla 73

P.E. =	CF	
	p - Cvu	

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	9.168,40
Gastos de Ventas	610,00
Gastos Financieros	1.396,15
OTAL COSTOS FIJOS	11.174,55

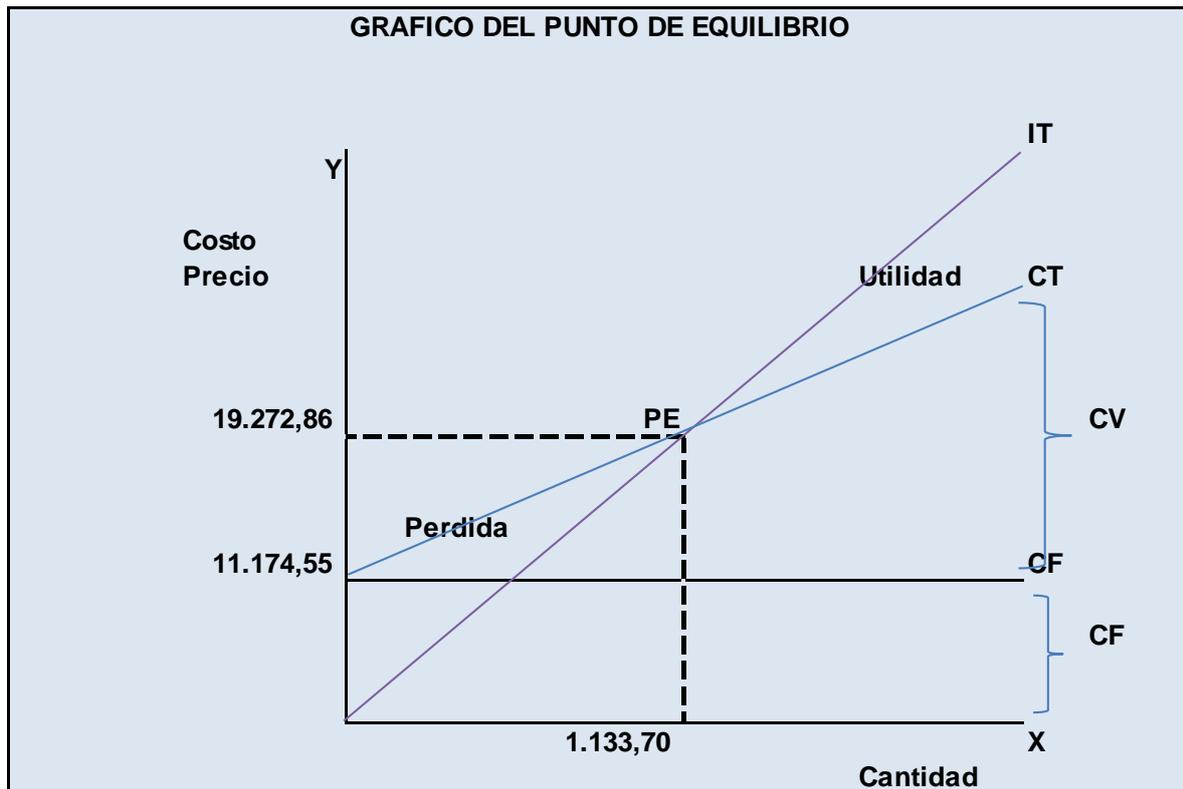
Costo Variable unitario	7,14
-------------------------	------

Precio	17,00
---------------	--------------

PE =	$\frac{11.174,55}{18,00 - 7,14}$
PE =	$\frac{11.174,55}{10,86} = 1.029,27 \text{ u}$

DEMOSTRACION	
VENTAS	18.526,94
(-) Costo Variable	7.352,38
(=) Margen Contribucion	11.174,55
(-) Costo Fijos	11.174,55
(=) Utilidad Operacional	-

FIGURA 31



Elaborado por: Betty Cuasquer

Fuente: Betty Cuasquer

5.05 INDICADORES

5.05.01 ROE (Rentabilidad sobre Patrimonio)

Este ratio es utilizado como una medida de la rentabilidad de una compañía y permite hacer comparaciones estáticas de distintas compañías dentro de un mismo sector.

R.O.E =	Utilidad Neta
	Patrimonio
R.O.E =	6.234,24
	2.786,50
R.O.E =	2,24

Rentabilidad sobre la inversión realizada por el capital propio

5.05.02 R.E (Razón de Endeudamiento).-

RAZON DE ENDEUDAMIENTO	
R.E	<u>PASIVO</u>
	ACTIVO
R.E	11.145,99
	13.932,49
R.E	80%

El activo está financiado con el 80 % del crédito de una entidad financiera del sector.

5.05.03 Margen Neto

MARGEN NETO
UTILIDAD NETA
VENTAS
6.234,24
48.960,00
13%

Dependiendo de la utilidad que se logró a obtener en el primer año según el porcentaje del 13% que representa la utilidad neta sobre las ventas



5.05.04 Rendimiento de la inversión.-

RENDIMIENTO DE LA INVERSION	
UTILIDAD NETA	
ACTIVO	
6.234,24	
	13.932,49
45%	

Rentabilidad obtenida por los activos de la empresa

5.05.05 Apalancamiento Financiero

APALANCAMIENTO FINANCIERO	
PATRIMONIO	
ACTIVO	
2.786,50	
	13.932,49
20%	

El activo está financiado con el 20% de aporte propio

5.05.06 Cobertura

COBERTURA



UTILIDAD OPERACIONAL
PRESTAMO POR PAGAR AÑO 1
6.234,24
6.969,15
0,89

Por cada dólar de deuda la empresa tiene 0,91 para cubrirla en el año 1

COBERTURA
UTILIDAD OPERACIONAL
PRESTAMO POR PAGAR AÑO 2
7.343,07
6.063,54
1,21

Por cada dólar de deuda la empresa tiene 1,21 para cubrirla en el año 2

IMPACTOS

El impacto de un proyecto es la magnitud cuantitativa del cambio en la población, como resultado de la entrega de productos (bienes o servicios).

6.01 IMPACTO AMBIENTAL

Para el proyecto el impacto ambiental tienen una gran trascendencia ya que como se puede conocer que cada proyecto tiene un cierto porcentaje tanto en aspectos positivos y negativos de contaminación para el medio ambiente ya sea por muy poca la muestra pero se llega a dañar los alrededores.

Como es de gran conocimiento que el proyecto se lo realizara en el centro del sector de Calderón para lo cual al momento de elaborar los productos se produce ciertos desperdicios de hilo lo cual no es de mayor daño, pero se llega afectar en cierto punto.

6.02 IMPACTO ECONÓMICO

El proyecto al conocer que tiene una gran aceptación del producto y demuestra una gran utilidad la cual es de mucho beneficio para las personas que patrocinan este proyecto, valga conocer que también llega hacer una gran fuente de ingresos ya que al ser un negocio nuevo llega hacer una fuente de empleo para el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Los precios ofrecidos al público se han tomado en cuenta bajo el análisis de las encuestas elaborados y por la gran aceptación del público en general para lo cual se

puede decir que los precios son de accesibilidad del público y que ayuda al mejor crecimiento económico del país.

6.03 IMPACTO PRODUCTIVO

El proyecto busca fomentar la actividad productiva y el desarrollo nacional y es de gran relevancia en nuestro medio ya que se busca fomentar la campaña que siempre se vive teniendo en nuestro país “consume siempre lo nuestro” se trata de que tanto uno como consumidor se llegue a adquirir las materias realizadas en nuestro país y que las personas siempre lleguen a comprar los productos elaborados en la microempresa para poder seguir apoyando en el crecimiento económico del país.

6.04 IMPACTO SOCIAL

Para el proyecto el impacto social es de gran importancia dado el caso de que como los productos ofrecidos son elaborados artesanalmente, se quiere llegar a concientizar en las personas al consumo de los productos elaborados en Ecuador además de eso se busca que las personas vuelva a apreciar todas las artesanías elaboradas por gran obreros.

7.01 CONCLUSIONES

Cabe señalar que los objetivos propuestos en este tema se cumplieron en su totalidad y todas las interrogantes planteadas en la formulación del problema las cuales fueron respondidos durante la investigación.

En el estudio de mercado realizado, se demuestra que existe una demanda muy favorable por cubrir con los productos elaborados en Croshet pro la aceptación que se logra tener en el mercado.

Se puede constatar que las mayor parte de las personas tiene una gran preferencia por los adornos tejidos en hilo para la cocina siendo así una gran fuente de apoyo para poder hacer el estudio de implementación del proyecto.

En la actualidad no existen talleres ni almacenes que se dediquen exclusivamente a la producción y comercialización de tejidos manufacturados a Croshet, lo que se puede decir que existen almacenes que realizan este tipo de productos pero industrializados y sus ventas no pueden ser por cantidades menores, por lo que se puede deducir que no existe gran oferta de tejidos manufacturados en el mercado.

La ubicación geográfica del negocio cuenta con las condiciones necesarias para su funcionamiento ya que se situara en el centro del Calderón lugar por donde frecuenta la mayor parte de personas y es de gran atracción para turistas tanto como nacionales y extranjeros.

El estudio técnico nos ayudó a determinar ciertos factores entre ellos los humanos así mismo como los técnicos, fundamentales para el funcionamiento del proyecto, se

buscó los factores más riesgosos que pueden existir tanto para los administrativos y operarios.

Finalmente se puede comprobar que el proyecto busca la mejor rentabilidad en el mercado artesanal dejando una utilidad 6314,24 \$ en el primer año de producción y comercialización de los tejidos cabe recalcar que no se tiene que declarar a la renta por no cumplir con el excedente operacional.

7.02 RECOMENDACIONES

Que el negocio se convierta en una empresa cumpliendo todos los valores que se han ido cultivando en el periodo que se constituya la microempresa para así lograr un buen margen de rentabilidad económica y ser reconocida en los mercados nacionales.

En base a los buenos resultados de rentabilidad del negocio durante el periodo año de funcionamiento se debe seguir implementando más maquinaria y materia prima para seguir mejorando los niveles de rentabilidad en lo económico y ayudar en el ámbito social implementando nuevas plazas de trabajo en el sector.

Se deberá mejorar la planta productiva según lo que la matriz productiva del Ecuador vaya incrementando en las nuevas aprobaciones de leyes.

BIBLIOGRAFÍA

- THOMPOMS, I. (21 de febrero de 2008). *Promonegocios.net*. Recuperado el 21 de julio de 2013, de Promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- Abc, D. (12 de enero de 2008). *conceptos*. Recuperado el 21 de junio de 2013, de conceptos: <http://www.definicionabc.com/ciencia/analisis.php>
- BANCO, C. d. (25 de mayo de 1995). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/>
- CidMartin. (21 de enero de 2012). *servicios contables*. Recuperado el 2013 de julio de 10, de servicios contables : <http://www.cidmarti.cl/patmun.htm>
- COMPANYS, R. P. (2010). *Planificación y Rentabilidad de Proyectos*. Barcelona: Marcobo S.A.
- Compañías, S. I. (23 de febrero de 2007). *Super de Compañías*. Recuperado el 2013 de junio de 10, de Super de Compañías: <http://www.supercias.gob.ec/home.php?blue=c4ca4238a0b923820dcc509a6f75849b&modal=1&ubc=Inicio>
- COULTER, R. (2010). *Administracion octava Edicion*. Mexico: Pearson Educacion.
- Ecuador, B. c. (21 de enero de 1995). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 01 de julio de 2013, de Banco Central del Ecuador: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- EROSSA, V. E. (2008). *proyectos de inversion*. Mexico: LIMUSA.
- FIGUEROA, D. (23 de mayo de 2010). *Finanzas y tu Economia*. Obtenido de Finanzas y tu Economia: http://www.ehowenespanol.com/definicion-bienes-servicios-economia-hechos_122048/
- FROMM, E. (22 de JULIO de 2012). *SLIDESHARE*. Obtenido de SLIDESHARE: http://www.slideshare.net/damy_iza/educacin-definicin-concepto-8659883
- GERENCIE. (27 de mayo de 2010). *Gerencie .com*. Obtenido de gerencie .com: <http://www.gerencie.com/category/blog>
- Internas, S. d. (24 de mayo de 1998). *SRI*. Recuperado el 2013 de Junio de 10, de SRI: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/67>
- JOOJA, L. (20 de enero de 2009). *tecnologia, Marketing*. Obtenido de tecnologia, Marketing: <https://sites.google.com/site/jojoa/marketing---definicion/definicion-de-layout-disposicion-que-es-layout>

-
- Marketing. (21 de julio de 2012). *Ricovernig marketing*. Recuperado el 19 de Junio de 2013, de Ricovernig marketing:
<http://ricoverimarketing.es.tripod.com/RicoveriMarketing/id11.html>
- MIRANDA Miranda, J. J. (2007). *Gestión de Proyectos*. Colombia: Guadalupe Ltda.
- NET, D. (21 de enero de 2009). *Metodos de Depreciaciones*. Obtenido de Metodos de Depreciaciones: <http://www.depreciacion.net/concepto-definicion.html>
- NUNES, P. (2012 de agosto de 26). *Ciencias Economicas y Comerciales*. Obtenido de Ciencias Economicas y Comerciales:
<http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidadinstalada.htm#vermais>
- ORG, D. (23 de ENERO de 2009). *DEFINICION ORG*. Recuperado el 25 de JUNIO de 2013, de DEFINICION ORG: <http://www.definicion.org/tasa-de-interes-pasiva>
- PAYA, C. (21 de mayo de 2009). *administrador financiero*. Obtenido de administrador financiero: <http://admonfinanciero.blogspot.com/2009/05/estado-de-fuentes-y-usos.html>
- Quito, D. M. (21 de enero de 2012). *Quito en Cifras*. Recuperado el 22 de julio de 2013 , de Sector Turistico: <http://www.quito.com.ec/centrometropolitano/index.php/sector-turismo>
- ROSALES, P. R. (2007). *La forma y evaluacion del Proyecto*. Costa Rica: EUNED.
- Santos Flores, P. I. (2010). *Factor Social*. Quito: anonimo.
- SORIANO, L. M. (2009). *La educacion en reforma*. Bogota: INDE, Punlicaciones.



A

N

E

X

O

S

Comparecen, ante el señor Inspector del Trabajo, por una parte la empresa, a través de su representante legal, Cuasquer Cotacachi Betty Maribel en su calidad de EMPLEADOR y por otra parte el señor(a)..... portador de la cédula de ciudadanía..... su calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de Quito y capaces para

Contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar un contrato de trabajo a PLAZO FIJO con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

El EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se las denominará conjuntamente como "Partes" e individualmente como "Parte".

PRIMERA. OBJETO DEL CONTRATO:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de vendedor, revisados los antecedentes del señor(a) éste(a) declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, el EMPLEADOR y el TRABAJADOR (a) proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

SEGUNDA.- JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS.-

El TRABAJADOR (a) se obliga y acepta, por su parte, a laborar ocho horas diarias por jornadas de trabajo, las máximas diarias y semanal desde las 9h00 am hasta las 17h00 en conformidad con la Ley, en los horarios establecidos por el EMPLEADOR de acuerdo a sus necesidades y actividades. Así mismo, las Partes podrán convenir que, el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita del EMPLEADOR. Mediante el acuerdo al Art. 47 del Código de Trabajo los horarios serán: De lunes a viernes de 08:00 a 17:00, con una hora de almuerzo, y de ser el caso citar el Art.49 del mismo cuerpo legal correspondiente a la jornada nocturna.

TERCERA.- REMUNERACIÓN.-

El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR (a) por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de trescientos diez y ocho DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD\$ 318,00).

El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

CUARTA.- DURACIÓN DEL CONTRATO:

El presente contrato tendrá una duración de 1 año poniendo en cuenta que se tomara el artículo 15 del código de trabajo se estipulara un periodo de prueba de hasta 90 días conforme lo establecido.

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

QUINTA.- LUGAR DE TRABAJO.-

El TRABAJADOR (a) desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en Avenida Amazonas Y Jorge Washington lote 6, en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SEXTA.- Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador, a más de las estipuladas en este contrato. Se consideran como faltas graves del trabajador, y por tanto suficientes para dar por terminadas la relación laboral.

SEPTIMA. LEGISLACIÓN APLICABLE

En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

OCTAVA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

NOVENA.- SUSCRIPCIÓN.-

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de Quito el día 02 del mes de septiembre del año 2013

EL EMPLEADORA

EL TRABAJADOR (a)

Acta de Constitución

Microempresa El Arte en Tus Manos

OTORGA: CUASQUER COTACACHI BETTY

CUANTIA: US \$ 14000,00

DI: 3 COPIAS

En la ciudad De San Francisco de Quito Distrito Metropolitano, capital de la República del Ecuador, el día de hoy quince de julio del dos mil doce (2012.07.15), ante mí DRA. ROXANA BALBOA NAVAS, Notaria Trigésima Sexta del Cantón Quito, comparecen la señorita: CUASQUER COTACACHI BETTY MARIBEL todas por sus propios derechos; a quienes de conocer doy fe en virtud de haberme presentado sus cédulas de ciudadanía y certificados de votación, cuyas fotocopias debidamente certificadas por mí, agrego a esta escritura.

“SEÑOR NOTARIO.- En el registro de escrituras públicas a su cargo, sírvase incorporar la presente CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍA LIMITADA, al tenor de las siguientes Artículos:

ARTICULO PRIMERO.- COMPARECIENTES.- Concurren al otorgamiento de esta escritura pública de constitución de la Compañía Limitada, la señorita CUASQUER COTACACHI BETTY MARIBEL

ARTICULO SEGUNDO.- DENOMINACIÓN.- La compañía se denominará:”, la misma que se registrá por la Ley de Compañías a los presentes Estatutos y demás leyes ecuatorianas.,

ARTICULO TERCERO.- DOMICILIO Y PLAZO DE DURACIÓN.-La Compañía tendrá como domicilio principal la ciudad de Quito, Provincia de Pichincha pudiendo establecer sucursales dentro o fuera del país; y tendrá un plazo de duración de quince años, desde el momento que la escritura de constitución sea inscrita en el Registro Mercantil del cantón Quito, pudiendo ser disuelta o prorrogada de conformidad con lo establecido en el Reglamento de Junta de Socios

ARTICULO CUARTO. - OBJETO SOCIAL DE LA COMPAÑÍA.- es una compañía que se dedica a la elaboración de embutidos de camarón.

ARTICULO QUINTO. - El capital social de la compañía es de CUATRO MIL OCHOCIENTOS DOLARES AMERICANOS (US): participaciones de un dólar cada una.

ARTICULO SEXTO.- CERTIFICADOS DE APORTACIÓN. - La compañía otorgará a cada socio un certificado de aportación en la que constará, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponda.

ARTICULO SEPTIMO.- CESIÓN DE PARTICIPACIONES. – Las participaciones que tiene el socio en la compañía es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, únicamente con el consentimiento unánime del capital social.-

ARTICULO OCTAVO. – AUMENTO O DISMINUCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL. – Cuando se acordare aumentar el capital social de la compañía, por cualquiera de las modalidades permitidas por la Ley, los socios tendrán derecho de preferencia para suscribir dicho aumento, en proporción a sus aportes.

ARTICULO NOVENO. DERECHOS, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS. – Los socios tendrán derecho, obligaciones y responsabilidades por la Ley para esta clase de compañías, de conformidad con lo determinado en los artículos ciento catorce, ciento quince de la Ley de Compañías.

ARTICULO DÉCIMO. – GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN. - La compañía estará Gobernada por la Junta General de Socios y Administrada por el Presidente y el Gerente.

ARTICULO DECIMO PRIMERO. – JUNTA GENERAL. – La Junta General, constituida por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía y tiene poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y tomar cualquier decisión que juzgue conveniente para la mejor marcha de la compañía. – Sus Atribuciones específicas son las siguientes:

DÉCIMA SEGUNDO.- CONVOCATORIAS.- Las convocatorias para Asamblea General podrán hacerse por el Presidente o el Gerente, actuando conjuntamente o por separado. Las convocatorias podrán hacerse por comunicación, escrita dirigida a cada uno de los socios o por la prensa, por un aviso en uno de los diarios de mayor circulación de la ciudad de Quito

DECIMA TERCERA.- QUÓRUM PARA LA ASAMBLEA GENERAL DE SOCIOS.- Para que una decisión de la Asamblea General sea obligatoria, se requerirá el voto afirmativo de un número de socios que represente por lo menos el cincuenta y uno por ciento del capital social de la compañía concurrente a la Asamblea General

DECIMA CUARTA.- AUTORIDADES DE LA ASAMBLEA.- ACTAS.- Las Asambleas serán presididas por el Presidente de la compañía y actuará como secretario el Gerente.

DECIMA QUINTA.-DEL PRESIDENTE.- El presidente ejercerá las funciones y responsabilidades que se señalan en los Estatutos o que le confiera la Asamblea General de Socios;

DECIMA SEXTA.- DEL GERENTE.- EL Gerente, quien durará cinco años en su cargo, ejercerá la administración y representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía;

DECIMA SÉPTIMA.- DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA.- Además de los estipulado en otras cláusulas de esta escritura pública y lo establecido en el Código Civil Ecuatoriano, la Compañía se disolverá sea por el vencimiento de su plazo o por resolución adoptada por unanimidad de una Asamblea General de Socios.

DECIMA OCTAVA.- INTEGRACIÓN Y PAGO DEL CAPITAL SOCIAL.- El cuadro de integración y pago de capital queda como a continuación se detalla;

DECIMA NOVENA.- Se autoriza al señor doctor Fabián Salvador Ruiz, para que efectúe o realice todos los trámites tendientes al perfeccionamiento de la constitución de esta compañía.



MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Dirección Metropolitana Financiera

Título de Crédito N° 002-1045536
PATENTE MUNICIPAL O COMERCIANTES

Título de Crédito: 20112246801
Año Tributación: 2013
Fecha de Emisión: 20/07/13
Fecha de Pago: 28/07/13

Información Personal:
Cédula / RUC: 0401680822
Contribuyente: "MicroEmpresa El Arte En tus Manos"

Ubicación:
Clave Catastral: 1040501001
Dirección: calderón
Barrio: Parroquia: Placa: 00000
Registro: 0224680
Let. Casa:

Información:
FCH. CATASTRO 14 07 2008 PERSONA JURIDICA
BASE IMPONIBLE 400,00
CPTAL CONTABLE 400,00
ACT. COMERCIO EXTERIOR IMPORTACIONES Y O EXPORTACIONES

Descripción:

Concepto:

DERECHO D PATENTE A \$	10.00
TASA DE PRESTACION \$	1.00
CUERPO DE BOMBEROS \$	1.00
SERVICIO ADMINISTRA \$	1.00

Forma de Pago: EFE
Cajero: RICARDO IAN
Ventanilla: riaguirre
Trans. Municipal: 367342

Institución:
Agencia: NORTE EUGENIO ESPEJO
Trans. Banco:

Parcial: 0.00
Descuento o Rebaja de Ley
Subtotal: 13.00
Total: 13.00

Importante:
EFE

0.00
1/1 Pag

DIRECCION METROPOLITANA FINANCIERA TRIBUTARIA



**CUERPO DE BOMBEROS
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**
RUC 1768097950001

Nº.0014484

2008018360

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Una vez expedido el permiso de funcionamiento y así por cuánto el establecimiento fuere necesario realizar adecuaciones o cambios de uso o a estado tanto del sistema de prevención de incendios como del espacio físico, se deberá comunicar al Cuerpo de Bomberos a fin de que disponga lo pertinente para el caso. Queda prohibido hacer uso del edificio para otros fines.

NOMBRE DEL LOCAL El Arte en Tus Manos

REPRESENTANTE LEGAL CUASQUER COTACACHI BETTY

DIRECCIÓN Calderón

ACTIVIDAD Producción y Comercialización de tejido heco en hilo perle

El Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito, en atención a la solicitud presentada y mediante la inspección Nº. 12199 con fecha 22-07-2013 realizada por el inspector VELASTEGUI ANGEL Considerando que este establecimiento, cumple las Disposiciones y Normativas del Art. 35 de la LEY DE DEFENSA CONTRA INCENDIOS, concede el PERMISO DE FUNCIONAMIENTO válido por el año hasta 23-07-2013

Emitido por: AGARCIA
CBDMQ EMERSON ESPEJO

Quito, a 20 JULIO-2013

GESTIÓN DE RIESGOS CB-DMQ

SECRETARIA CB-DMQ



1.05 PERMISO DE SALUD



MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA
DIRECCIÓN PROVINCIAL DE SALUD DE PICHINCHA

VIGILANCIA SANITARIA PROVINCIAL

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO N° **234191**

AÑO _____

Código del establecimiento: **47313**

Nombre o razón social del establecimiento: **Microempresa El Arte en Tus Manos**

Nombre del propietario o representante legal: **CUASQUER COTACACHI BETTY**

N° RUC del establecimiento: **0501633861001** N° C.C. del propietario del establecimiento: **0601633861**

Ubicación del establecimiento: **QUITO** **Calderón** **LA RONDA**

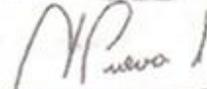
Tipo del establecimiento: _____

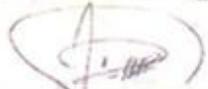
Categoría: **PRODUCCION**

Actividad (es): **PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ADORNOS TEJIDOS EN HILO**

Orden de pago N°: **17104723709** Valor: **\$ 10.46**

Fecha de Expedición: _____ Fecha de Vencimiento: **31 / 12 /** _____


DR. JORGE CUEVA AYALA


Coordinadora DRA. GLORIA ARBELÁEZ MD, MBO, MPHP

Nota: Las condiciones bajo las cuales fue autorizado el funcionamiento son verificables en cualquier momento.



yMarket

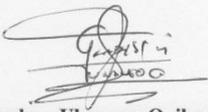
ULCUANGO QUILUMBAQUIN GLADYS MARLENE
Panamericana Norte S/N Junto a la Gasolinera
PetroEcuador LLano Grande - Quito
Telfs.: 084962852 / 2803775

COTIZACIÓN

R.U.C.: 1715436398001
No. AUT. S.R.L.: 1112240603

No. 000004716

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	Costo Unit	Costo Total	Costo Anual
Papel Higiénico	30	0,35	10,50	10,50
Jabón Líquido	3	2,50	7,50	7,50
Gel Desinfectante	3	3,00	9,00	9,00
Detergente	6	3,50	21,00	21,00
Desinfectante	4	2,50	10,00	10,00
Escobas	3	1,90 1,80	5,70	5,70
Trapeador	2		3,60	3,60
Guantes	2	2,00	4,00	4,00
Paños Adsorbentes	2	0,75	1,50	1,50
Ambientales	6	1,90	11,40	22,80
Otros	1	5,00	5,00	5,00
TOTAL				100,60


Gladys Marlene Ulcuango Quilumbaquin
PROPIETARIA

FESRECUADOR S.A. 1792094835001, AUT. SRI 6496, FECHA DE AUTORIZACION: 25/ENERO/2013
36757406 S.C. / CANT. 5000 DEL 1001 AL 6000 * VALIDO HASTA 25/ENERO/2014
- CLIENTE -



1.07 cotización

FDG COMPUTER

SYSTEM & TOP 2013

- PROCESADOR INTEL CORE I7 3.40GHZ
- MOTHERBOARD H61
- MEMORIA DDR3 8GB 1333 MHZ
- DISCO DURO 2000 GB
- DVDWRITER
- LECTOR DE MEMORIAS
- TARJETA DE SONIDO/VIDEO/RED
- CASE ATX 600 WATS DOBLE VENTILACION



➤ MONITOR LED 18.5" LG

- IMPRESORA MULTIFUNCION CANON
- REGULADOR
- MESA
- SILLA
- PARLANTES 2 PIEZAS
- TECLADO
- MOUSE OPTICO
- PAD MOUSE
- COBERTORES
- AUDIFONOS CON MICROFONO
- GAME PAD
- CAMARA WEB
- FLASH MERMORY 8GB



EFFECTIVO
\$999
PRECIO NORMAL
\$1078.92



L
I
C
E
N
C
I
A
S

O
R
I
G
N
A
L
E
S

OFFICE

WINDOWS
7

ANTIVIRUS

**CREDITO DIRECTO
FDG**

**SIN ENTRADA
SIN GARANTE**

**APROBADO EN SOLO
30 MINUTOS**



FDG Producciones www.fdgcomputertv.net FDG ComputerTV

QUITO NORTE, AV DE LA PRENSA N43-256 Y EDMUNDO CARVAJAL (FRENTE A LABORATORIOS LIFE) TELF. 2260774-2924298
 QUITO SUR, AV RODRIGO DE CHAVEZ OE1-260 Y PEDRO DE ALFARO (SECTOR LA VILLA FLORA) TELF. 2665385
 AMBATO, AV. 12 DE NOVIEMBRE Y CINCO DE JUNIO (CERCA DE LA ESCUELA TERESA FLOR) TELEFONO. 032826097

FOMENTAR EL DESARROLLO ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA HA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TEJIDOS DIRECTAMENTE PARA EL HOGAR ELABORADOS EN EL MATERIAL HILO (PERLE) EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 0401680822001

APELLIDOS Y NOMBRES: CUASQUER COTACACHI BETTY MARIBEL

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO

FEC. NACIMIENTO: 02 - 10 - 1993

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 01 - 11 - 2013

FEC. INSCRIPCION: 01 - 11 - 2013

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

SERVICIO DE SUELDA ELECTRICA

DIRECCION DOMICILIO PRINCIPAL:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: CALDERON (CARAPUNGO) Calle: EL ARENAL
Número: S/N Intersección: PANAMERICANA NORTE Referencia: FRENTE AL CONCESIONARIO ALMAGRO
Teléfono: 022823250

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

* Las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad deben declarar impuesto a la renta siempre que sus ingresos brutos anuales superen la base mínima exonerada.

* Las personas naturales que posean ingresos anuales superiores a \$40.000 o un capital propio superior a \$24.000 están obligadas a llevar contabilidad y por lo tanto se convierten en agentes de retención.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 ABIERTOS: 1 CERRADOS: 0

JURISDICCION: REGIONAL NORTE PICHINCHA

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: HPARAUJOP

Lugar de emisión: QUITO PAEZ 555 Y RAMIREZ DAVALOS

Fecha y hora: 16/10/2006 11:19:46





REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 0401680822001
APELLIDOS Y NOMBRES: CUASQUER COTACACHI BETTY MARIBEL

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001 ESTADO: ABIERTO MATRIZ FEC. INICIO ACT: 16/10/2006
NOMBRE COMERCIAL:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:
* producción y comercialización de productos artesanales tejidos en hilo

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:
Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: CALDERÓN (CARAPUNGO) Calle: EL ARENAL Número:
S/N Interscción: PANAMERICANA NORTE Referencia: FRENTE AL CONCESSIONARIO ALMAGRO Kilómetro:
12.5 Telefono Domicilio: 022823259

USUARIO: HPARAJOP Lugar de emisión: QUITO PAEZ 355 Y RAMIREZ DAVALOS Fecha y hora: 13/10/2006 11:10:46



Table with columns for months and tax periods, containing repetitive text for each month from January to December.

FOMENTAR EL DESARROLLO ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA HA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TEJIDOS DIRECTAMENTE PARA EL HOGAR ELABORADOS EN EL MATERIAL HILO (PERLE) EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

**1.09 Respaldos contables****EQUIPOS DE OFICINA**

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
Teléfonos de escritorio	3	75,00	225,00
Televisor con soporte	1	670,00	670,00
DVD	1	80,00	80,00
Cafetera	1	80,00	80,00
Extintor	2	50,00	100,00
Caja Registradora	1	120,00	120,00
Dispensador de Agua	1	80,00	80,00
TOTAL	10	1.155,00	1.355,00

EQUIPOS DE COMPUTACION

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
Computadores XP Escritorio	3	783,00	2.349,00
Impresora Multifuncional	1	350,00	350,00
TOTAL	4	1.133,00	2.699,00

**MUEBLES Y ENSERES**

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
Escritorio	3	140,00	420,00
Archivadores	3	100,00	300,00
Sillones ejecutivos	3	90,00	270,00
Anaqueles	2	60,00	120,00
Mostradores	2	120,00	240,00
Mesa de trabajo	2	120,00	240,00
Sillas	9	35,00	315,00
TOTAL	24	665,00	1.905,00

suministro de oficina

DESCRIPCION	UNIDADES	COSTO UNL.	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Papel Bond resma	3	3,50	10,50	10,50
Grapadora	3	3,50	10,50	10,50
Perforadora	3	3,50	10,50	10,50
Esferográficos	10	0,40	4,00	12,00
Cuadernos Universitarios	3	1,30	3,90	3,90
Portaminas	10	0,60	6,00	6,00
Carpetas Plásticas	60	0,75	45,00	45,00
Facturas	1	18,00	18,00	36,00
Sello	1	10,00	10,00	10,00
Tinta Impresoras	2	35,00	70,00	70,00
Otros	1	25,00	25,00	25,00
TOTAL				239,40



SUMINISTRO DE LIMPIEZA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	Costo Unit	Costo Total	Costo Anual
Papel Higiénico	30	0,35	10,50	10,50
Jabón Liquido	3	2,50	7,50	7,50
Gel Desinfectante	3	3,00	9,00	9,00
Detergente	6	3,50	21,00	21,00
Desinfectante	4	2,50	10,00	10,00
Escobas	3	1,90	5,70	5,70
Trapeador	2	1,80	3,60	3,60
Guantes	2	2,00	4,00	4,00
Paños Adsorbentes	2	0,75	1,50	1,50
Ambientales	6	1,90	11,40	22,80
Otros	1	5,00	5,00	5,00
TOTAL				100,60

**GASTOS ADMINISTRATIVOS (PERSONAL)**

Cargo	Sueldo	Dec. Tercero	Dec. Cuarto	Fon. Reserva	Aporte al	Vacaciones	Valor	ANUAL
ADMINISTRADOR	360,00	30,00	26,50	29,99	43,74	15,00	505,23	6.062,74
JEFE DE PRODUCCION	340,00	28,33	26,50	28,32	41,31	14,17	478,63	5.743,58
VENDEDORA	340,00	28,33	26,50	28,32	41,31	14,17	478,63	5.743,58
TRABAJADOR 1	318,00	26,50	26,50	26,49	38,64	13,25	449,38	5.392,52
TRABAJADOR 2	318,00	26,50	26,50	26,49	38,64	13,25	449,38	5.392,52
TOTAL	1.676,00	139,67	132,50	139,61	203,63	69,83	2.361,24	28.334,94

Servicios Básicos

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total	ANUAL
Internet banda Ancha	1	38,00	38,00	456,00
Luz	1	30,00	30,00	360,00
Agua	1	22,00	22,00	264,00
Teléfono	1	20,00	20,00	240,00
Arriendo	1	420,00	420,00	5.040,00
Total			530,00	6.360,00

GASTOS DE VENTAS

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
FLAYERS	100	0,75	75,00	375,00
GIGANTOGRAFIA	1	35,00	35,00	175,00
TARJETAS	2000	0,03	60,00	60,00
TOTAL				610,00

